

RIVISTA INTERNAZIONALE
DI
SCIENZE ECONOMICHE
E
COMMERCIALI

Anno XIII

Gennaio 1966

N. I

Pubblicazione mensile - Spedizione in abbonamento postale, gruppo III

S O M M A R I O

| | | | |
|---|------------------|------|----|
| Optimal Implementation (Integrazione ottima) | RAGNAR FRISCH | Pag. | I |
| Routine et décision. Aspects psychologiques (Routine e decisione. Aspetti psicologici) | ROBERT GUIHÉNEUF | » | 22 |
| Wettbewerb und Wirtschaftsintegration, dargestellt am Beispiel der EWG (Concorrenza e integrazione economica, sull'esempio della CEE) | WILHELM WEBER | » | 35 |
| La politica delle marche per i prodotti di largo consumo | LUCIO SICCA | » | 50 |
| Orientamento e difesa del consumatore, obblighi elementari della società civile | ODDONE FANTINI | » | 68 |
| Notizie inedite sulla siderurgia lombarda e del resto del Regno Italico in un'inchiesta del 1807 | ARMANDO FRUMENTO | » | 76 |



SOTTO GLI AUSPICI DELLA
UNIVERSITÀ COMMERCIALE LUIGI BOCCONI - MILANO

CEDAM - CASA EDITRICE DOTT. A. MILANI - PADOVA

COMITATO DI DIREZIONE

| | |
|---------------------|----------------------|
| FRANCESCO BRAMBILLA | Università Bocconi |
| UGO CAPRARA | Università di Torino |
| GIORDANO DELL'AMORE | Università Bocconi |
| GIOVANNI DEMARIA | Università Bocconi |
| FRITZ MACHLUP | Princeton University |
| ALEXANDER MAHR | Università di Vienna |
| CARLO MASINI | Università Bocconi |
| SALVATORE SASSI | Università di Napoli |
| ERICH SCHNEIDER | Università di Kiel |
| ALDO SCOTTO | Università di Genova |

DIRETTORE RESPONSABILE

| | |
|-----------------|----------------------|
| TULLIO BAGIOTTI | Università di Padova |
|-----------------|----------------------|

Direzione e Redazione in Via Teulié 1, Milano (734). Telefono 830031. Conto corrente postale 3-32561. Pubblicazione mensile. Spedizione in abbonamento postale, gruppo III. Abbonamento annuale (yearly subscription) lire 6.000 in Italia, all'Estero (Foreign countries) lire 7.500. Annata arretrata (back issue) lire 6.000, rilegata lire 7.500. Collezione completa dall'origine, 1954-1964 (back issues 1954-64), lire 60.000, rilegata (cloth-bound) lire 75.000. Abbonamento omaggio ai fascicoli del 1965 e 1966 agli acquirenti della collezione completa. Editrice Cedam, Padova. Conto corrente postale 9-429. © Copyright by Rivista Internazionale di Scienze Economiche e Commerciali.

CONDIZIONI GENERALI DI ABBONAMENTO AI PERIODICI «CEDAM»

L'abbonamento è annuo e si rinnova tacitamente per l'anno successivo se non viene disdetto entro il mese di novembre, con lettera raccomandata. La semplice reiezione di fascicoli non può essere considerata come disdetta. Il prezzo s'intende fissato salvo conguaglio alla pubblicazione dell'ultimo fascicolo. Gli aumenti o le diminuzioni saranno subordinati ai costi di produzione o più particolarmente alle tariffe delle paghe. Il prezzo deve essere pagato anticipatamente e non oltre il 31 marzo. Dopo tale data sarà riscosso un diritto fisso del 10% in più, a rimborso delle spese di esazione. I reclami di qualunque fascicolo non ricevuto devono essere trasmessi subito dopo il ricevimento del fascicolo successivo. In caso diverso i fascicoli richiesti verranno spediti solo contro rimessa anticipata del loro prezzo di vendita. I pagamenti devono essere effettuati direttamente alla Casa Editrice in Padova (Via Jappelli, 5; conto corrente postale n. 9/429, Ufficio dei Conti di Venezia) oppure ai suoi incaricati muniti di speciale delega. Ai correntisti con pagamento rateale si accorda l'addebito in conto corrente della quota di abbonamento con aumento del 20%. L'abbonamento importa, agli effetti legali, elezione di domicilio in Padova presso la Casa Editrice. L'ultimo fascicolo di ogni anno si invia ai soli abbonati in regola coi pagamenti. Agli altri si spedisce contro assegno. Ogni richiesta di cambiamento d'indirizzo dovrà essere accompagnata dall'importo di L. 100. Gli abbonati che non sono in regola coi pagamenti, non potranno disdire l'abbonamento senza avere prima provveduto all'estinzione del debito.

RIVISTA INTERNAZIONALE
DI
SCIENZE ECONOMICHE
E
COMMERCIALI

Anno XIII

Gennaio 1966

N. 1

OPTIMAL IMPLEMENTATION

by
RAGNAR FRISCH
University of Oslo



1. *Models versus reality*

If we dig down into microcosmos, we find that « reality » is something so tremendous in complexity and in number of aspects that a *complete* conception of it is impossible. Even the most resourceful team of research workers and the most fantastic electronic computers ever to be built cannot incorporate explicitly — together with other details — say, all the alternative combinations of the *dates* over the foreseeable future when Mr. N. N. will put a new blade into his razor; and the cross-classification of this with the dates when Mr. P. P. will do so and when Mr. Q. Q. and all the others will do so.

Therefore, we must remember that *all science* and *all scientific thinking* must proceed by way of abstractions and « models » of some kind or another. This is the only way. If we don't want to go it, nothing is left but to stop thinking.

Some models may, of course, be « more realistic » than others, as judged by the « practical » results we can get from them. But the measurement of the « degree of realism » and the « degree of practicalness » raises *new problems*, which in turn can only be discussed in terms of other models, perhaps stochastic ones.

This is a warning to all who believe they are doing something very respectable when they insist that they want to study « reality » and avoid « models ».

2. *Selection versus implementation.*

In economic planning, particularly in economic planning at the na-

tional or supranational level, it is important to distinguish between selection and implementation. Let me quote a passage from my paper, « Pre-face to the Oslo Channel Model » (pp. 266-267 in « Europe's Future in Figures », ed. R. C. Greary, Amsterdam, 1962).

A selection model is primarily useful for the purpose of describing a constellation of the *volume figures* or the figures in *actual technical units* which has been realized or might be realized or one would like to see realized, provided one can find ways and means (institutional, administrative and financial) of bringing this constellation about.

In theory it would, of course, be possible to include also all these ways and means explicitly in the same programming analysis, but such a set-up would only be a formalistic one without much chance of leading to practical results at the present stage. It is more practical to separate the selection problem and the implementation problem. It is primarily in the selection problem that the biggest advantages of a precise quantitative analysis can be gained. In the implementation problem we must rely to a much larger extent on economic intuition and practical sense.

Another reason why it is a practical approach to separate the selection and the implementation problem is that the selection problem can be studied without stating a priori the kind of *economic institutions* (competitive markets or central controls etc.) one is prepared to accept.

After the selection problem has been solved, one will take up the implementation problem. If on scrutiny one should find that practical difficulties of implementation under an existing institutional, administrative and financial set-up make it impossible to reach the high goals — for instance a rapid rise in national product — which have emerged as feasible from the selection viewpoint, two ways are open: either to try to change the institutional, administrative and financial structure so as to make the high goals attainable, or to insist that this structure is not to be changed and that one will therefore have to acquiesce to the lower goals. In the latter case the computation of the difference between the two results will furnish a sound piece of information.

3. A selection model is intended to have Rock Bottom (R.B.) character.

A selection model contains two things: (1) The *unavoidable* relations and bounds which are technologically or behavioristically so *basic* that we have to accept them whether we like it or not. This constitutes the *structural* aspect of the selection model. (2) The *preferences* of the re-

sponsible political authority (whether it be a dictator, a junta of powerful men, or a democratic parliament).

The following are some excerpts from a paper which I published in the Proceedings of the International Operations Research Conference held in Oslo in the spring of 1963 :

A. *The Structure.*

Certain things that come into the picture when we discuss the selection problem are of such a sort that their elucidation depends solely on the work of *scientific experts*. These experts may be of very different sorts. Physical scientists, technological experts, medical experts, statisticians, economists and many others. The question that occupy these experts concern objective facts. They are of such a sort that any statement regarding these questions can in a scientific way be qualified as either « correct » or « not correct ». How much raw material is needed *if* we are to produce such and such a quantity of a given commodity? How many hospital beds and X-ray outfits and doctors and nurses etc. will be needed *if* we are to treat so many patients of a specific category? What is the traffic we can expect *if* we build a new railroad between such and such two points? How much of a given consumer good will we need *if* we are to satisfy the demand and *if* the prices of all the consumer goods (including that of this particular good) are such and such and *if* the purchasing power in the hands of the consumers is so large? And so on.

True enough there are cases when the scientific experts may not quite agree. Physicists may for instance disagree on the correct formulation of a physical or chemical property of a specific gas, technological experts may disagree on the breaking strength of some material, medical experts may disagree on the therapeutic value of some specific treatment. And so on.

But in all these cases the differences of opinion are of a purely scientific and objective character. As science progresses such differences will one by one disappear so that all competent experts in the field will reach a generally accepted view on what is the « correct » answer.

At the same time *new* differences may arise because scientific analysis is extended to *new* fields. But in time these new differences will disappear. The whole picture is essentially a dynamic *process* towards something which can be looked upon as a « correct » and objective characterization of the outer world. This characterization is something which man has to accept *whether he likes it or not*. He may

wish that the gravitational force be less than it is, but he can't do anything about it.

All these things which man can't do anything about is what I mean by the *structure* of the problem one has chosen to consider at a given point of time.

In particular I will speak of the structure of the national (or supranational) economy as the entity of all those things in the economy which man, whether he likes it or not, has to accept as *data* in his attempt at steering the economy. When describing the structure of the economy one must rid one's mind completely of the concepts « desirable » or « not desirable ». The question of whether we *want* to start a certain production must be eliminated when we study the inputs that *will have* to be made in this production *if we* decide to start it. Similarly the question of whether we *want* to build hospitals rather than to let the patients die must be eliminated when we study the structure.

B. *The Preferences.*

In sharp distinction to the structure of the economy are the *preferences* of the authority which is responsible for steering the economy. In this connection I am not concerned with the question which person or persons who constitute this responsible authority. It may be a single man (or woman), a small group of persons, an elected parliament or even the population as a whole, expressing its wishes through a plebiscite. What is essential to retain in this connection is that now we are *not* speaking of the structure of the economy — those things which man cannot change —, but we are speaking of precisely the opposite, namely of what man — represented by the responsible authority — would *like* to see realized, disregarding provisionally the question of whether it is structurally feasible or not.

When speaking of the structure of the economy we had to rid our minds completely of the concepts « desirable » or « not desirable ». Vice versa we now have to rid our minds completely of any considerations of what is structurally feasible, and concentrate only on what is desirable or not desirable if it could be obtained.

In the practical problems of everyday life within the smaller or larger field of vision to which we are accustomed, we are forced to reckon with the structural aspects of things. This is due to the fact that in our everyday life we are, each one of us, nearly every minute facing the need for *deciding* on some action, small or great. And in making these small or great decisions of everyday life we have, of

course, to take account of the structural elements of the decision. Sometimes it is done instinctively or subconsciously and sometimes by reasoning, but it is always there. It has become our second nature. Therefore, it takes quite a bit of mental energy to rid our minds of the structural possibilities when we now speak of the preferences at the national (or supranational) level. It looks as if it is very « unrealistic » to disregard these possibilities.

But when it comes to a *systematic* analysis of the complex alternatives of choice that are open to us in economic planning, the *truly realistic* approach is to segregate the preferences completely as a special point of view distinct from that of the structural elements of the problem. The national preference has to be formulated in the spirit « Would you like this thing or this other thing if you had the choice? ».

This is the basic idea of the construction of the *free* preference function (the « Santa Claus » function).

To retain at all times a clear cut distinction between the *structural* view point and the view point of *preferences* is a *conditio sine qua non* for clear thinking and for a rational classification of the problems in economic planning.

* * *

The most important of the *parameters of action* of central government should be brought out explicitly already in the selection model. Investment startings in an underdeveloped country are examples in point. Likewise, politically imposed lower bounds on consumption, as well as a politically imposed upper bound on the peak load of foreign indebtedness, should appear explicitly. If these and others of the *most important* parameters of action are not introduced explicitly, the selectional model would not be of great interest from the *operational* viewpoint. The bounds mentioned are part of the expression for the preferences of the responsible political authority.

Relations derived by considering demand elasticities with respect to income or price do *not* belong in a Rock Bottom selection model, because these relations are institutionally contaminated to a high degree. Cf. section 4.

The actual decisions on what to do *in detail* in order to *steer* the economy in such a way that its dynamic constellation over time comes as close as possible to the constellation that has appeared as the selectionally optimal one, are not to be derived from the selection model itself.

Decisions on this will only appear after a *further* use of the selection model in the subsequent study of the whole implementation problem, as discussed in sections 4 - 7.

Thus, the selection model itself is essentially a device for studying the *number of degrees of freedom* — degrees of maneuverability — which we get when we only take account of the *basic* technological and behavioristic relations — those we have to accept whether we like it or not — and a device for studying how these degrees of maneuverability might be combined so that the whole constellation becomes *optimal* in relation to the top authority's purpose.

The existence of a politically determined preference function and politically determined bounds will *not* affect the number of degrees of freedom in the model.

A selection model may be something *very big* or something *very small* so far as the number of variables and number of degrees of freedom are concerned.

4. *The institutionally contaminated model.*

If we assume a given *institutional setup*, for instance a free-market economy (this is one of the things which we are *not* obliged to accept, whether we like it or not), a host of *additional relations* and *additional variables* — for instance, market prices — can be introduced in our model, provided we can get the necessary data.

But, even if we have reliable information, these relations are not of the R. B. character which the relations in the selection model possess. The coefficients of such an institutionally contaminated model will change as institutions change.

If we adopt a rather free attitude to the question of the economic institutions that may best serve our purpose in a developing country, we will, therefore, not derive much help from any specific institutionally contaminated model.

We may be more or less drastic in our inclusion of institutionally contaminated relations. The farther we go in this direction the more *doubtful and uncertain* will be the relations we include. For instance, if we assume that the economic institutional setup is such that purchasing power to consumers is in the main distributed through the activity of the consumers as primary input delivering factors, and if we assume that consumers are reasonably free to spend their income on various types of consumer goods, or to save it, we can with a fair degree of accuracy derive

demand elasticities with respect to income and with respect to price. Such data are among the best of the institutionally contaminated data at our disposal.

But if we go further, and want to derive similar elasticities for the propensities of financial investors to acquire assets of higher or lower degrees of liquidity, higher or lower risk, higher or lower chances of making « a big kill » in the stock market, then we are in a much more uncertain field and a model built on these elasticities will be of doubtful use. Such elasticities will not only be difficult to obtain, but will also be *extremely sensitive to institutional changes*, and even to changes that are, perhaps, more likely to occur than changes in the basic system which consists in determining the purchasing power of the consumer through his taking part in the production process.

Incidentally, even this latter aspect of the current institutional system has recently been challenged. A group of people, among whom we find such world-famous names as Professor Gunnar Myrdal of Stockholm, and Linus Pauling, the physicist, has made a declaration that says, among other things :

The continuance of the income-through-jobs link as the only major mechanism for distributing effective demand — for granting the right to consume — now acts as the main brake on the almost unlimited capacity of a cybernated productive system.

The declaration asks for

« an unqualified commitment » by society to provide, through its appropriate legal and governmental institutions, « every individual and every family with an adequate income as a matter of right ». It declared :

« This undertaking we consider to be essential to the emerging economic, social and political order in this country ».

« We regard it as the only policy by which the quarter of the nation now dispossessed and soon-to-be dispossessed by lack of employment can be brought within the abundant society ». (*The New York Times*, 23 March 1964).

An institutionally contaminated model may be big or small, just as an R. B. selection model may be big or small.

5. *The compartmentalization of decisions.*

If we look further into the actual system through which economic

planning has to be implemented, we find a number of specific *organizational groups*: ministries, industrial and other sectoral organizations, local governments, etc., that all have their own preferences and also, to a varying degree, have power to *make their own decisions*. Frequently, these groups are in competition with each other. At least we have no guarantee that all of them are able to, or desirous to, adopt that particular action which would be most effective in realizing the economic planning goals formulated by the central authority.

This constitutes the essence of the implementation problem in national and supranational planning.

If we had precise and complete information of how all these groups will behave under a given set of centrally imposed rules and conditions, and if we were mathematically powerful enough to work out the precise way in which this behavior under a given set of rules and conditions *determines* the whole constellation of the economy, including the variables contained in the R. B. selection model, and if we had a sufficiently large electronic computer (it would have to be enormous), — then the determination of the optimal set of rules and conditions in the administrative system would only be a matter of mathematical programming (of a strongly non-linear sort and with a very large number of variables).

In the present state of affairs, such an approach would seem utopian. Even the *mathematical* difficulties of including in a central planning function an explicit expression for the way in which the results of numerous suboptimalizations depend on the centrally fixed rules and conditions for these suboptimalizations would be extremely great, to say the least.

A further difficulty arises because we are not certain what the behavioral patterns of the various subdecisional organs actually are or might be. We would, therefore, want to experiment on this by putting live persons in simulated decision-making situations.

On this point administration games may be of considerable help.

But I would want to add that the logical principles of and the actual organization of, the games need to be worked out in considerable detail. I would also like to see the *aspiration level* of such games raised to a point where we might hope to get some information on what will most likely be an *optimal choice* of the implementation system. Otherwise, there is a danger that we will be wandering around from one series of games to another, without really being able to make full practical use of the results.

In the previously quoted paper in « Europe's Future in Figures », I suggested such multidecisional games in the following words (p. 278) :

By the pyramidation problem I mean the general problem of the extent to which it is possible to decentralize the decisions, i. e. the problem of the optimum number of levels on which the decision making machinery is to be organized. This pyramidation viewpoint may be applied to any of the aspects that are brought out explicitly (types of commodities, types of investments, geographical regions etc.)...

At the present stage and for some time to come it will, I think, be impossible to include the pyramidation problem explicitly in the model — which, of course, would have been the ideal solution —. We have at present to approach the problem by some kind of *simulation* technique. For instance in such a way that a number of competent (mixed economic and mathematical) groups are organized, each group representing a specific decision making unit in the general game. Each group would have to be allocated sufficient machine time on a good sized computer. An over-all central group would formulate rules and criteria which each special group would have to abide by. Within the confines of these specified rules and criteria each group would act in a perfectly selfish way. The global constellation which emerged from such a game would be studied in its desirable and undesirable features, and a new attempt would be made at reformulating the rules and criteria for the special game-groups in such a way that the resulting *global* constellation of the economy could conform better to that constellation which has emerged as the optimal one from the selection viewpoint in the economy as a whole. The pyramidation problem would then appear only as one aspect of the implementation problem.

In the sequel I shall try to be a little more explicit regarding this suggestion.

6. *The multidecisional administrative model.*

The rules and regulations of the gaming must be built on a clearcut and precise model which can define not only what the game *is going to be* (much in the same way as we design a flow diagram for an algorithm on an electronic computer), but also what the *purpose* of the gaming is, and the way in which it *ties in* with our R. B. selection model. The multidecisional administration model will contain much more detail than a

selection model or an institutionally contaminated model. In particular, the multidecisional element is an important new aspect.

There are three principles which I think should be followed when we construct an administration gaming model.

First principle : Specification of the administrative structure.

There are so many different administrative structures conceivable that I believe it would serve no useful purpose to try to classify them by some quantitative attributes. Each structure will have to be described as an individual. We should make a *list* of possible administrative structures to be considered, much as we make a *list* of investment projects to be considered for decision, or as we make *list* of patterns of geographical centers in regional analysis. In making out such a list, we should let the imagination « run wild », with the understanding that the inclusion of any item in the list does not imply any obligation to accept it. It is only a way to circumscribe the universe within which we will be reasoning.

A specific administrative structure will be denoted by the letter S .

Second principle : Specification of the ruling parameters.

Any given structure S will have a number of *ruling parameters* $R^S_1, R^S_2, R^S_3 \dots$ attached to it. These are numbers fixed by the central authority, and which the subdecisional groups have to abide by. In a free-market economy, they may be tax rates, interest rates, maximum working hours, or the like. In a centrally planned economy, they may, for instance, be percentages expressing how much the directors of production establishments may retain and use at their own discretion for improving the capital stock or the working conditions within their establishments.

To any given set of ruling parameters, the various decisional groups will adopt a specific behavior, and this will in turn determine the *final outcome* of the game. We can therefore conceive of this outcome (all the values of the various variables in the administration model) as *functions* of $R^S_1, R^S_2, R^S_3 \dots$. The game itself can simply be looked upon as a way of calculating what the outcome will be when the values of the ruling parameters are given.

The ruling parameters associated with one specific administrative structure may be entirely different from those associated with another structure.

Third principle : Interpretability in terms of the selection model.

The administration model must be built in such a way that from the outcome of a certain game run we are able to compute what each and all of the variables in the selection model will be. The administration model will in general contain many more things than these variables, but by a suitable aggregation it must be possible to pass from the administration model to the selection model.

In particular, if the selection model contains a number of regions with specification of at least some key variables in each region (for instance, income generated there and the weight of this income in the overall preference function), it must be possible to compute the value of these key variables when the outcome of a game run is known.

The value of the selection model preference function computed from the outcome of a game can never be greater than the selectionally optimal value of the preference function computed in the selection model itself. If a higher value should emerge from our computations, this would either show that we have not been successful in establishing the selection model as a real R. B. model, or that there is something wrong with the administration model or its interpretability in terms of the selection model.

If we compare the outcome of a game run with the value of the preference function in an *institutionally contaminated* model that has been worked out under the assumption of an institutional structure that is different from the one underlying the game run, we may, of course, in principle find a game which is such that it « improves » upon the optimal solution of the non-game model. (Such a result may, if we like, be interpreted as an « improvement » of some of the coefficients of the non-game model). Different models may, of course, have different values of the preference function.

Such comparisons are, in my opinion, of little interest. The important conclusion to be derived from a game is to see whether a *feasible* solution of the selection model can be administratively produced and, if it can, to see how big is the *gap* between the selectionally optimal and the administratively attainable value of the selection preference function.

*7. Feasibility and optimality of a series of game runs
under a given administrative structure.*

When an administrative structure *S* is given, two important questions arise: (1) Will it be possible to indicate a set of values of the ruling

parameters $R^S_1, R^S_2, R^S_3 \dots$ such that their values produce a game outcome which is *feasible* from the viewpoint of the selection model (where politically determined bounds were also present)? and (2) How close up to the selectionally optimal value of the preference function will it be possible to reach by a manipulation of the ruling parameters $R^S_1, R^S_2, R^S_3 \dots$?

Both questions can *in principle* be answered by applying some of the subroutines contained in my nonplex method, for non connex programming. But it should be clearly understood that these computations in the case of a complicated subdecisional setup may be very heavy.

In the first place we note that we have no *analytical expression* for the way in which the outcome of a game run depends on the ruling parameter. Therefore, we can only use those parts of the nonplex algorithm which are applicable, even in the case where the value of the search function in any given point is only available in the form of an empirically given number. Fortunately, there are important parts of the nonplex algorithm that have this character.

In the second place, the computation of the value of the administratively defined search function corresponding to a given set of values $R^S_1, R^S_2, R^S_3 \dots$ is based on a game run and therefore must take considerably more time than the computation of the value of the search function in a regular application of the nonplex method when the variables involved in the search function are analytic functions of the basis variables.

With these reservations, let us see how the nonplex method may be applied to the problem at hand. For simplicity we drop the superscript S on $R_1, R_2, R_3 \dots$. These variables are now our basis variables. All the variables x_i ($i = 1, 2 \dots m+n$) of the selection model are to be considered as functions of $R_1, R_2, R_3 \dots$, the latter being the basis variables now. (It will greatly simplify matters if the investment startings of the selection model can be thought of as determined directly from the selection model, so that we need not incorporate them in the list $R_1, R_2, R_3 \dots$).

We first use the method of partial moves in rotation. From a point R^0_k ($k = 1, 2, 3 \dots$) we decide to change one specific of these variables, R_α by some conventional « quantum » δ_α , while leaving the rest of the basis variables unchanged. This gives values $x^{\delta_\alpha}_i$ of all the selection variables, and hence of the search function M^{δ_α} . We also move from R^0_k to *another point* by changing R_α by the conventional « quantum » Δ_α ($\neq \delta_\alpha$). Now we have three points on a straight line with search function values $M^0_\alpha, M^{\delta_\alpha}_\alpha$, and $M^{\Delta_\alpha}_\alpha$. Fitting a second degree parabola to these points we can employ an ω -optimal consideration similar to that on which the

nonplex method is based. In the case where it turns out that we ought to go to the maximum point on the fitted curve this gives:

$$(7.1) \quad \Omega^{opt} = \frac{1}{2} \frac{M^0_{\alpha} (\Delta^2_{\alpha} - \delta^2_{\alpha}) - \Delta^2_{\alpha} M\delta_{\alpha} + \delta^2_{\alpha} M\Delta_{\alpha}}{M^0_{\alpha} (\Delta_{\alpha} - \delta_{\alpha}) - \Delta_{\alpha} M\delta_{\alpha} + \delta_{\alpha} M\Delta_{\alpha}}$$

which is to be inserted into

$$(7.2) \quad R_{\alpha} = R^0_{\alpha} + \Omega_{\alpha} \quad \text{with } R_k = R^0_k \text{ when } k \neq \alpha$$

We decide to move to that one of the points considered which gives the *highest* value of M , and from this point we make a partial move in the direction of the *next* variable, say, number β , in the rotation order of the R_k .

We maintain a logbook and make a straight extrapolation move as in the nonplex method. Also we handle cycling in the standard nonplex way.

In this way, the administrative structures listed may be analyzed one by one.

8. *Types of selection models to be used as a basis for interpretation of administration games.*

As I have stated in previous sections, I believe that administration games may be highly useful and of great scientific relevance, *provided* they are associated with a selection model, in terms of which the outcome of the games can be *interpreted*, cf. the third principle of section 6. This selection model must be of the « rock bottom » sort, i. e., we must try to avoid making it « institutionally contaminated ». This means, inter alia, that the relations in it must be built as much as possible on volume concepts, or still better on genuinely physical data, i. e., on *engineering data*.

There can, of course, be no question of going through in detail here all possible variants of selection models that have R.B. character and therefore may be taken as a basis for interpretation of administration games. But it may be useful to indicate two broad types: (1) models of the *sector type*, and (2) models of the *process and goods type*. Both are selection models that aim at building the analysis as much as possible on *physical* concepts. But the process and goods models go farther in this direction than the sector models.

Since the models of the process and goods type go deeper down into the technical structure at the regional, national or supranational level,

they offer an opportunity of studying other, and in a sense *deeper*, aspects of national planning (product mix, joint products, technical processes in the production, industrial complexes) than the sector type models can be concerned with. But it must be clearly understood that there is a price to be paid for the introduction of these detailed technological considerations. The process-goods models become *larger*, and demand *even greater care* in working out the theoretical relations than the sector models do. It takes much more *scientific effort* to build a global process-goods model.

I think that *more*, and *more exact*, data exist for a technologically refined process-goods model than for a sector model. So far as the *existence* of data is concerned, the process-goods model is in a *better* position than the sector model. One reason for this is that it is so much easier concretely to define a « process » than to define a « sector ». But to *collect* these technical data and *systematize them* in a global decisional model is an enormous task.

For these reasons one may have to acquiesce with a model of the sector type extended however by including investment channels, as indicated in tab. 1.

Even though this model can properly be termed a « sector » model — or perhaps more appropriately a « sector and channel » model, it represents something way beyond the classical input-output table. An input-output table is incorporated in tab. 1, but it forms only a small corner of the table.

A process-goods model, cf. tab. 2, will in some respects resemble a sector model, but there are considerable differences. The sector concept is now dropped and replaced by the *process concept*. This process concept is much more technical in nature than the sector concept, and, from a formal viewpoint, there is *no process-to-process table* in the decision model itself. (A process-to-process table may, if wanted, be put together after the decision model has been solved). The flows are now much more complicated than in the decision analysis. They cannot be studied by a process-to-process concept, but can only be defined through the intervention of the concept of individual *goods*. Inputs to processes are now in the form of a goods spectrum. And outputs from processes are in the form of a goods spectrum. We are therefore able to take full account of the product mix. Within the limits set by the technology, the product mix may be varied. *This variation of the product mix constitutes a new and important dimension* in the decision process.

The goods-balances (the « material balances » in the terminology of

INTERFLOW TABLE FOR THE YEAR t
Millions of ... at ... prices

TABLE 1

| Utilisation of Goods and Services outside of the Production Sectors | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|--|----------------------|----------------------------------|----------------------------------|---------|------------------------------|-------------|--------------------------------------|
| | Inputs into receiving production sectors | Private consumption on current account | | Government consumption on current account | | Non-decisional sinking | DECISIONAL SINKING | | Net increase in Stocks | Net Exports | TOTAL (domestic production, etc.) |
| | | Consumer groups | Categories of gov't. use of goods & services | In capacity channels | In infra channels | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | $k = 1, 2, \dots$ | $j = 1, 2, 3$ | $\gamma = 0, 1, 2 \dots 7$ | | | $\sigma = 1, 2, \dots$ | $f = 1001, 1002 \dots$ | | | | |
| Delivering production sectors | X_{bk}^t | C_{bj}^t | $G_{b\gamma}^t$ | | $J_{(b)}^t$ | $J^{t-\sigma}_{bg} H_{\sigma}^g$ | $J^{t-\sigma}_{bf} H_{\sigma}^f$ | K_b^t | A_b^t | X_b^t | |
| | L_{ik}^t | L_{ij}^t | $G_{i\gamma}^t$ | | $J_{(i)}^t$ | $J^{t-\sigma}_{ig} H_{\sigma}^g$ | $J^{t-\sigma}_{if} H_{\sigma}^f$ | K_i^t | A_i^t | L_i^t | |
| | B_k^t | B_j^t | B_{γ}^t | | $J_{(B)}^t$ | $J^{t-\sigma}_{Bg} H_{\sigma}^g$ | $J^{t-\sigma}_{Bf} H_{\sigma}^f$ | K_B^t | $-B^t$ | 0 | |
| Complemen- tary imports | S_k^t | S_j^t | S_0^t | $S_{\gamma}^t = 0$ <i>(otherwise)</i> | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | S^t | |
| | X_k^t | L_j^t | G_{γ}^t | | | J^t | | K^t | $E^t - E^{t-1}$ | | |

the Eastern economists) will follow automatically in this setup because there will be one « goods-to-process » table and one « process-to-goods » table.

We use the notation

p = delivering process

q = receiving process

v = good

Nothing much is to be gained by introducing the « good-to-good » aspect explicitly.

In the process-goods type of model, the sector affixes no longer takes up the « best place » for affixes, namely, down and to the right. This place is now free. We take advantage of this and will use this space for the subscripts

vq = from goods to process (inputs)

pv = from process to goods (product mix output)

The letter t will, as before, be used as indication for time, say, year.

The tab. 2 type of model can be thought of as being worked out for a country as a whole, or as being incorporated into several or all of the regional parts of one all-inclusive national table.

INTEGRAZIONE OTTIMA (*)

Modelli contro realtà. — Se scaviamo nei microcosmi, troviamo che la « realtà » è qualcosa di tremendamente complesso e di una quantità di aspetti tali che una concezione *completa* della stessa diventa impossibile. Anche un gruppo di ricercatori pieni di risorse e i calcolatori elettronici più fantastici costruiti sin qui non possono incorporare esplicitamente — insieme ad altri dettagli — poniamo, tutte le combinazioni alternative dei *dati* sul futuro prevedibile quando il signor N.N. metterà una nuova lama nel suo rasoio; e la classificazione a doppia entrata di questi coi dati del signor P.P. quando questi farà la stessa cosa; e quando il signor Q.Q. e tutti gli altri faranno lo stesso.

Dobbiamo pertanto ricordare che *tutte le scienze e tutto il pensiero scientifico* procedono per via di astrazioni e « modelli » di una o dell'altra

(*) Questo saggio è stato scritto in onore di Marco Fanno.

specie. Questa è l'unica via. Se non vogliamo percorrerla, non ci resta che cessare di pensare.

Giudicati dai risultati pratici che possiamo ottenere, taluni modelli possono naturalmente essere « più realistici » di altri. Ma la misura del « grado di realismo » e del « grado di praticità » solleva *nuovi problemi* che a loro volta possono essere discussi soltanto in termini di altri modelli, ad es. stocastici.

Questo è un avvertimento a tutti coloro che credono di fare qualcosa di molto importante quando insistono che vogliono studiare la « realtà » ed evitare i « modelli ».

Selezione contro integrazione. — Nella programmazione economica, particolarmente nella programmazione economica a livello nazionale o supranazionale, è importante distinguere tra selezione e integrazione.

Un modello selettivo è soprattutto utile per descrivere una costellazione di *cifre di volume* o cifre in *unità tecniche effettive* realizzate, ammesso che si possano trovare modi e mezzi (istituzionali, amministrativi e finanziari) per ottenere questa costellazione.

In teoria sarebbe naturalmente possibile includere esplicitamente anche tutti questi mezzi e modi nella stessa analisi programmatica, ma allo stato attuale questa configurazione sarebbe soltanto formalistica con scarse probabilità di condurre a risultati pratici. E' più pratico separare il problema della selezione e quello dell'integrazione. E' soprattutto nel problema selettivo che possono essere ottenuti i maggiori vantaggi di una precisa analisi quantitativa. Nel problema integrativo dobbiamo basarci in misura troppo ampia sull'intuizione economica e sul senso pratico.

Un'altra ragione per cui è metodo pratico separare il problema della selezione e dell'integrazione è che il problema selettivo può essere studiato senza precisare a priori il tipo di *istituzioni economiche* (mercati concorrenziali o controlli centrali, ecc.).

Una volta che il problema della selezione è risolto, ci si rivolgerà a quello dell'integrazione. Se risultassero difficoltà pratiche d'integrazione in una data configurazione istituzionale, amministrativa e finanziaria per raggiungere questi scopi — per esempio un rapido aumento del prodotto nazionale — che invece sono apparsi attuabili dal punto di vista selettivo, restano aperte due vie: o tentare di cambiare la struttura istituzionale, amministrativa e finanziaria in maniera da rendere gli obiettivi possibili, o insistere che questa struttura non deve essere cambiata e che si dovrà quindi accontentarsi di obiettivi meno elevati. Nell'ultimo caso il calcolo della differenza tra i due risultati fornirà una istruttiva informazione.

Un modello selettivo deve avere fondamento solido. — Un modello selettivo deve contenere due cose: 1) relazioni *inevitabili* e limiti tecnologicamente

e comportamentisticamente così *fondamentali* da dover essere accettati volenti o no. Questo costituisce l'aspetto *strutturale* del modello selettivo. 2) Le *preferenze* dell'autorità politica responsabile (sia questa un dittatore, una giunta di uomini potenti o un parlamento democratico).

A. *La struttura*. Certe cose che rientrano nel quadro quando discutiamo il problema della selezione sono di natura tale che la loro elucidazione dipende solamente dal lavoro di *esperti scientifici*. Questi esperti possono essere di generi diversissimi. Fisici, tecnologi, medici, statistici, economisti e altri. La questione che occupa questi esperti riguarda i fatti obiettivi. Questi sono di natura tale che qualsiasi enunciazione riguardo a queste questioni può essere scientificamente qualificata come « corretta » o « non corretta ». Quante materie prime sono necessarie *se* dobbiamo produrre una data quantità di una certa merce; quanti letti d'ospedale, strumenti per raggi X, dottori e infermieri ecc. occorreranno *se* si deve curare un certo numero di ammalati di una specifica categoria? Qual è il traffico che possiamo attenderci *se* costruiamo una nuova ferrovia fra due punti? Quale quantità di un dato bene di consumo occorrerà *se* dobbiamo soddisfare la domanda e *se* i prezzi di tutti i beni di consumo (incluso quello di questo bene particolare) sono così e così e *se* il potere d'acquisto in mano dei consumatori ha una certa dimensione? E così via.

È vero che ci sono casi in cui gli esperti non possono trovarsi d'accordo. I fisici possono ad esempio essere in disaccordo sulla corretta formulazione di una proprietà fisica o chimica di un determinato gas, i tecnologi possono essere in disaccordo sulla forza di rottura di un dato materiale, i medici possono dissentire sul valore terapeutico di un trattamento specifico. Ma in tutti questi casi le differenze di opinione sono di carattere puramente scientifico ed obiettivo. Via via che la scienza progredisce queste differenze ad una ad una scompariranno in maniera che tutti gli esperti del ramo raggiungeranno un'idea generalmente accettata relativamente alla risposta « corretta ».

Al tempo stesso possono sorgere *nuove* differenze perchè l'analisi scientifica viene estesa a *nuovi* campi. Ma col tempo queste nuove differenze scompariranno. L'intero quadro è essenzialmente dinamico. E in questo quadro dinamico vi è un *processo costantemente convergente* verso qualcosa che può essere considerato come una « corretta » e obiettiva caratterizzazione del mondo esterno. Questa caratterizzazione è qualcosa che l'uomo deve accettare, *gli piaccia o no*. Egli può desiderare che la forza di gravità sia minore di quanto è, ma non può far nulla al riguardo.

Tutte queste cose che l'uomo non può cambiare è quanto s'intende per *struttura* del problema che uno ha scelto di considerare a un dato momento del tempo.

In particolare, la struttura dell'economia nazionale (o sovranazionale), è

considerata come un'entità di tutte le cose dell'economia che l'uomo, lo voglia o no, deve accettare come *dati* nel suo tentativo di guidare l'economia. Descrivendo la struttura dell'economia ci si deve liberare completamente dei concetti « desiderabile » o « non desiderabile ». La questione se noi *vogliamo* avviare una certa produzione deve essere eliminata quando studiamo gli investimenti che *dovremo* fare in questa produzione *se* decidiamo di intraprenderla. Analogamente deve essere eliminata la questione se *vogliamo* costruire ospedali anziché lasciar morire i malati quando studiamo la struttura.

B. *Le preferenze*. Una netta distinzione nei confronti della struttura dell'economia è costituita dalle *preferenze* dell'autorità responsabile. Può essere questa un singolo uomo (o donna), un piccolo gruppo di persone, un parlamento eletto o addirittura una popolazione come un tutto che esprime i suoi desideri attraverso un plebiscito. Ciò che è essenziale al riguardo è che ora *non* stiamo parlando della struttura dell'economia — cioè di quelle cose che l'uomo non può cambiare —, ma esattamente dell'opposto, cioè di ciò che l'uomo — rappresentato dall'autorità responsabile — *vorrebbe* veder realizzato, trascurando per il momento di considerare se ciò sia strutturalmente fattibile o meno.

Parlando di struttura dell'economia dovevamo eliminare completamente i concetti « desiderabile » o « non desiderabile ». Viceversa ora dobbiamo toglierci dalla mente ogni considerazione di ciò che è strutturalmente fattibile, e concentrarci soltanto su ciò che è desiderabile o non desiderabile potendo essere ottenuto.

Nei problemi pratici di ogni giorno, entro il ristretto o ampio campo di visione che ci è consentito, noi siamo costretti a riconoscere gli aspetti strutturali delle cose. Questo è dovuto al fatto che nella vita quotidiana dobbiamo *decidere* quasi minuto per minuto una certa azione, piccola o grande che sia. Talvolta ciò avviene istintivamente o inconsciamente e talvolta razionalmente, ma siamo sempre in predicato di decidere. Questa è diventata una nostra seconda natura. Quindi occorre una notevole quantità di energia mentale per liberare la mente dalle possibilità strutturali quando si viene a parlare di preferenze a livello nazionale (o sovranazionale). E sarebbe assai « irrealistico » trascurare queste possibilità.

Ma quando si tratta di un'analisi *sistematica* delle complesse alternative di scelta aperte alla programmazione economica... il procedimento *veramente realistico* è quello di separare completamente le preferenze come un punto di vista speciale distinto da quello degli elementi strutturali del problema. La preferenza nazionale deve essere formulata nello spirito: « *Avendone* la scelta, preferireste questa o quella cosa? ».

Questa è l'idea fondamentale nella costruzione della *libera* funzione di preferenza.

Il più importante fra i *parametri d'azione* del governo centrale dovrebbe essere enunciato esplicitamente già nel modello selettivo. L'avvio degli investimenti in un paese sottosviluppato è un esempio tipico. Analogamente, standards minimi di consumo imposti politicamente e limiti massimi imposti all'indebitamento estero, dovrebbero risultare esplicitamente. Se questi ed altri tra i parametri d'azione *più importanti* non sono introdotti esplicitamente, il modello selettivo non sarebbe di molta efficacia sotto il profilo *operativo*. I vincoli menzionati sono parte dell'espressione per le preferenze dell'autorità politica responsabile.

Le relazioni derivate considerando le elasticità di domanda rispetto al reddito o al prezzo *non* entrano in un modello di selezione a base fissa, perché le loro relazioni sono istituzionalmente contaminate in alto grado.

Le decisioni effettive su che cosa fare *in dettaglio* al fine di *guidare* l'economia in modo che la sua costellazione dinamica nel tempo s'accosti il più possibile alla costellazione che è risultata essere la selettivamente ottima, non devono essere derivate dal modello di selezione stesso. Le decisioni su questo appariranno soltanto dopo un *uso ulteriore* del modello di selezione nello studio susseguente dell'intero problema dell'integrazione, qui discusso nelle sezioni 4-7.

Il modello di selezione è così essenzialmente uno strumento per studiare il *numero dei gradi di libertà* — gradi di manovrabilità — che si ottengono considerando soltanto le *fondamentali* relazioni tecnologiche e comportamentistiche — quelle che dobbiamo accettare volenti e no — e uno strumento per studiare come questi gradi di manovrabilità possono essere combinati in modo che l'intera costellazione diventi *ottima* in relazione allo scopo dell'autorità superiore.

L'esistenza di una funzione di preferenza e di vincoli politicamente determinati *non* influenzerà il numero dei gradi di libertà del modello.

Un modello di selezione può essere talvolta *molto grande* o *molto piccolo* relativamente al numero delle variabili o al numero dei gradi di libertà interessati.

L'articolo continua considerando: *Il modello istituzionalmente contaminato; La compartimentalizzazione delle decisioni; Il modello amministrativo multidecisionale e relativi principi; La fattibilità e l'ottimalità di giocare in una data struttura amministrativa; Tipi di modelli di selezione usati come base d'interpretazione dei giochi amministrativi.*

ROUTINE ET DECISION

ASPECTS PSYCHOLOGIQUES

par

ROBERT GUIHÉNEUF

Université de Nice

SOMMAIRE : Introduction : Routine et décision. 1. Comportement de routine. — 2. Décision et calcul des probabilités. — 3. La décision en situation d'incertitude d'après G. L. S. Shackle. — 4. La structure temporelle, cadre de la décision. — 5. La décision, processus vécu dans le temps. — Conclusion.

INTRODUCTION

Cette étude n'est pas un inventaire des problèmes et des théories du comportement économique. Elle reflète seulement des préoccupations qui semblent se manifester particulièrement dans cette discipline qui se cherche et qu'on a déjà nommée « Science du comportement ».

Economiste, nous avons voulu montrer certaines perspectives qui se dégagent avec quelque constance dans l'analyse des conduites économiques même si elles se fondent sur des disciplines qui nous sont étrangères. On peut donc considérer notre essai comme un appel à la recherche interdisciplinaire.

Les deux thèmes inducteurs : la routine et la décision ont été choisis, non point dans un souci de trop facile opposition, mais plutôt en raison de leur portée très large, de leur sens pour la conduite humaine en général.

Obéissant à des motivations, plus ou moins bien hiérarchisées et intégrées, agissant dans un espace structuré techniquement et psychosociologiquement, l'agent économique peut être observé et analysé dans son comportement de producteur ou de consommateur. Les comportements présentent des modalités qui peuvent être fort différentes. En particulier, une distinction élémentaire doit être faite entre les comportements de

routine et les comportements d'activité « résolutoire » qui impliquent décision ⁽¹⁾.

1) *Le comportement de routine.*

Le *comportement de routine* ne doit pas être nécessairement pris dans un sens péjoratif. En effet, il convient de discerner les conduites de pure routine *par inertie* et les conduites de routine du *type répétitif* qui sont justifiées par le souci d'une relative stabilité, d'une certaine constance, nécessaires à la marche de l'entreprise ou à l'équilibre du consommateur.

Le phénomène d'inertie n'est pas inconnu des économistes. Comme le signale C. Gruson, les consommateurs peuvent différer leur consommation, épargner, tout simplement parce qu'ils « ne peuvent ou ne savent comment utiliser » un pouvoir d'achat excédentaire ⁽²⁾. Les consommateurs répugnent à remettre en cause la structure de leurs dépenses, ce qui impliquerait un déplacement de leur « niveau d'aspiration » et la réorganisation de la hiérarchie des désirs et des besoins. Un comportement analogue peut être observé chez les entrepreneurs. F. Simiand a signalé l'inertie des entrepreneurs en période de prospérité ⁽³⁾.

Cependant, les économistes ont également décelé un autre type d'inertie qui n'est pas pure paresse. Ainsi, March et Simon parlent-ils des « comportements répétitifs ». « Nous considérerons un ensemble d'activités comme répétitives, ... dans la mesure où le choix aura été simplifié par la mise en oeuvre d'une réponse déterminée à des stimuli définis (état des stocks, chiffre d'affaires, profit, taux de profit, etc.). Si la quête a été éliminée, mais que le choix demeure sous la forme d'une estimation routinière, systématique et nettement définie, nous dirons que les activités sont répétitives » ⁽⁴⁾. La prévisibilité peut être obtenue par une certaine standardisation. Un tel comportement est extrêmement fréquent dans les entreprises aussi bien que chez les consommateurs. Le schéma stimulus-réponse (S. R.) des psychologues peut alors s'appliquer. Cependant, de tels comportements répétitifs sont liés à une activité préalable qui fixe les programmes et les

(1) J. G. MARCH et H. A. SIMON, *Les Organisations*, traduction J. C. Rouchy, Paris, Dunod, 1964.

(2) C. GRUSON, *Esquisse d'une théorie générale de l'équilibre économique*, Paris, P.U.F., 1949, p. 122.

(3) F. SIMIAND, *La psychologie sociale des crises et les fluctuations économiques de courte durée*, Annales Sociologiques, Série D, fasc. 2, Paris, Alcan, 1937.

(4) J. G. MARCH et H. A. SIMON, *op. cit.*, p. 137.

normes tenus pour souhaitables. Toutefois, en l'occurrence, le schéma stimulus-réponse n'est pas aussi simple qu'on pourrait le croire. Il nous renvoie à trois notions liées, mais distinctes : les notions de *forfait*, de *période*, de *seuil*.

Les sujets économiques sont contraints de recourir au calcul forfaitaire qui constitue une sorte de défense contre l'incertitude; calcul dont les bases se trouvent dans l'expérience passée et dans l'appréciation de la conjoncture actuelle ⁽⁵⁾. Dans de nombreux cas le recours au calcul forfaitaire permet un comportement adapté et satisfaisant (ce qui ne signifie pas nécessairement la maximisation des utilités).

Le forfait établi sera regardé comme norme durant une certaine période. Durant cette période, le sujet s'en tient aux exigences qu'il a définies, ce qui a permis de parler d'inertie. Ainsi J. R. Hicks appelle-t-il « inertie » le temps nécessaire pour que l'entrepreneur modifie ses plans quand les conditions d'exploitation ont changé ⁽⁶⁾. De même R. Marjolin voit dans l'inertie un concept qui s'applique à des sujets économiques dont l'action est rationnelle, c'est-à-dire qui calculent, mais dont l'esprit d'initiative ne s'exerce que de façon discontinue ⁽⁷⁾. L'inertie caractérise alors les périodes de relative stabilité.

Cependant, nous venons de faire allusion à la notion de discontinuité du comportement qui introduit l'idée de *seuil*. Pour l'individu isolé aussi bien que pour les groupes il arrive un moment où la situation est *perçue* comme tellement intolérable qu'elle va déterminer un choix nouveau et une décision de changement. Une prise de conscience est à l'origine de l'action qu'on peut alors appeler « résolutoire ». La notion de seuil est bien connue des psychologues, elle paraît être d'une utilisation fructueuse en économie ainsi que l'a montré P. L. Reynaud ⁽⁸⁾.

Ce bref aperçu des comportements économiques de routine, ou répétitifs, permet déjà de repérer des éléments psychologiques importants au niveau de la perception et du calcul économique ⁽⁹⁾. Cependant, utiles et fréquents, ces comportements nous renseignent peu sur l'activité des agents

(5) R. GUIHÉNEUF, *Quelques aspects de la théorie de la firme*. Incertitude, autonomie, Calculs forfaitaires, *Revue Economique*, septembre 1954.

(6) J. R. HICKS, *Value and Capital*, Oxford, 1939.

(7) R. MARJOLIN, *Prix, Monnaie et Production, essai sur les mouvements économiques de longue durée*, Préface de Ch. Rist, Paris, Presses Universitaires de France, 1941.

(8) P. L. REYNAUD, *Economie généralisée et seuils de croissance*, Paris, Génin, 1962.

(9) Sans oublier les conditions qu'analyse la psychologie sociale et, bien entendu, les conditions proprement économiques.

saisie « in statu nascendi ». Si nous voulons étudier l'activité économique dans toute son originalité, il nous faut examiner les phénomènes de *choix*, et de *décision*, qui caractérisent l'activité résolutoire impliquant l'initiative et l'innovation qui « se présentent quand la modification exige l'étude et l'évaluation de nouveaux programmes d'activité qui n'ont pas été inclus dans le programme d'activité de l'organisation et ne peuvent pas être introduits par une simple application des règles de changement de programmes » ⁽¹⁰⁾.

2) *Décision et calcul des probabilités.*

Arrivé à l'analyse de la décision, il est très tentant de recourir aux nombreuses et riches études fondées sur le calcul des probabilités ⁽¹¹⁾. N'étant nullement compétent en la matière, peu informé, mais intéressé, nous nous bornerons à esquisser les aspects qui nous semblent importants pour notre étude.

On peut d'abord observer que depuis « l'espérance morale » de D. Bernouilli jusqu'aux théoriciens récents les considérations psychologiques apparaissent : les évaluations sont individuelles et elles expriment l'utilité ressentie par le sujet, la probabilité qu'il accorde aux événements exprime son opinion personnelle. En tous les cas il résulte que la probabilité appréciée par le sujet peut être dite subjective ⁽¹²⁾. Ceci admis, les théoriciens de la décision fondée sur la probabilité ne s'interrogent pas sur la psychologie du sujet, mais sur la *logique* qui *devrait* présider à son action.

La logique dans cette conception consiste fondamentalement dans la *cohérence* du comportement par rapport au critère choisi ⁽¹³⁾. « La théorie logique de la décision montre qu'il y a des conditions de cohérence qu'il est nécessaire de respecter sous peine de s'égarer sûrement » ainsi B.

(10) MARCH et SIMON, *op. cit.*, p. 168.

(11) B. DE JOUVENEL, *Les recherches sur la décision*, Bulletin SEDEIS, n. 809, Supplément, 20 janvier 1962; *Les recherches sur la décision*, Commentaires par B. de Finetti, R. Larger, G. Morlat, G.L.S. Shackle, Bulletin SEDEIS, n. 813, Supplément, 1er mars 1962; *La décision*, Editions du Centre National de la Recherche Scientifique, Paris 1961; H. A. SIMON, *Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science*, American Economic Review, juin 1959 (Bibliographie très étendue).

(12) Le théorème de Bayes en tient précisément compte, mais on sait les dangers de son maniement de façon maladroite.

(13) Ces critères qui prêtent à discussion entre spécialistes sont clairement exposés dans l'étude citée de B. de Jovenel.

de Finetti montre-t-il le caractère *normatif* des règles de la décision. Encore faut-il remarquer que les théoriciens ne poussent pas leurs exigences jusqu'à un point incompatible avec les contraintes effectives de la vie quotidienne. Ils conseillent simplement aux responsables de la décision d'élucider leurs problèmes et de poser les alternatives de choix de façon claire et rigoureuse pour décider de façon cohérente, lorsque l'opération est nécessaire et lorsque son coût n'est pas supérieur à l'enjeu.

Les théoriciens de la décision n'ont donc pas façonné un « Homo oeconomicus » complet animé par une rationalité probabiliste constamment en éveil. Ils présentent plutôt des types de conduite tendant à la rationalité par la cohérence. Mais alors surgit la question des rapports entre ces « conduites-modèles » et les comportements effectifs et vécus. Nous nous bornerons à suggérer deux éléments de recherche méthodologique.

En premier lieu on peut se demander, comme on l'a fait à propos de la théorie des jeux, si le comportement observé n'est pas objectivement réductible à des comportements-modèles, même si les sujets ne s'en rendent pas compte. Pour des activités proches du biologique cette hypothèse n'est pas totalement à exclure.

En second lieu, pour nous en tenir à un niveau plus trivial, les comportements effectifs peuvent être étudiés en termes d'écart par rapport au modèle rationnel : plus ou moins grand syncrétisme des opérations, influences subies plus ou moins passivement, inhibition ou impulsivité dans l'action etc. ⁽¹⁴⁾. Ce type d'analyse, du point de vue psychologique, est certainement très riche, nous aurons l'occasion de nous y référer, après avoir examiné une tentative d'explication qui, elle, refuse systématiquement tout recours aux principes probabilistes : la tentative de G. L. S. Shackle.

3) *La décision en situation d'incertitude d'après Shackle.*

L'analyse de la décision par Shackle est délibérément psychologique. Refusant les méthodes probabilistes traditionnelles qu'il considère comme peu réalistes, l'auteur entend procéder à une description concrète du processus de choix. L'aspect psychologique apparaît dès sa définition de « l'expectation » : « par 'expectation', j'entends l'acte de créer des situations imaginaires, de les associer à des dates futures fixées, et d'assigner à chacune des hypothèses ainsi formées une place dans une échelle

(14) Colonel CHANDESSAIS, *Schéma des opérations de décision*, in « La Décision », ouvrage cité, p. 26.

mesurant le degré de notre croyance qu'une certaine démarche d'action de notre part, fera vraie cette hypothèse » ⁽¹⁵⁾.

L'analyse de G. L. S. Shackle s'organise à partir de trois dimensions : la notion de « surprise potentielle » (fonction y), la notion de « résultat possible » (variable X), la fonction Φ . Nous étudierons ces trois aspects qui mettent tous en évidence l'aspect psychologique du comportement du sujet économique.

— La « surprise potentielle », notion élaborée par l'auteur, est « l'étonnement anticipé par un individu, provoqué par l'arrivée effective d'un certain résultat ». Cette notion psychologique est très concrète ⁽¹⁶⁾. Elle met en jeu *imagination* et *degré de croyance* ⁽¹⁷⁾ dans une même « expérience mentale ». La surprise potentielle peut être nulle ou maximum (l'étonnement anticipé ne pourrait pas être plus fort). Pour G. L. S. Shackle les niveaux de surprise potentielle sont ressentis sans aucune ambiguïté, ce sont des données cardinales. Il est remarquable que la surprise potentielle ne présente aucun caractère distributif. Les « plausibilités » sont beaucoup plus indépendantes que les probabilités; si deux événements sont considérés comme possibles, l'arrivée d'un troisième événement ne modifie pas le degré de surprise potentielle des deux premiers.

— En second lieu, la variable X représente la suite des *résultats* possibles d'une action anticipée, classés par ordre de désirabilité (par exemple les différents niveaux de profit ⁽¹⁸⁾). Cette variable de nature psychologique est propre à chaque individu, elle tient compte de l'imagination tout autant que de l'émotion.

— G. L. S. Shackle raffine encore l'analyse par l'introduction de la fonction Φ qui indique, nous semble-t-il, le degré de désirabilité, l'intensité du besoin, une fois déterminés le degré de surprise potentielle et les résultats anticipés. En effet, les goûts, la vanité, la fortune d'un individu l'incitent plus ou moins à choisir certaines solutions et à y attacher sa volonté et son attention. Ce qui nous renvoie à une analyse des motivations.

(15) G. L. S. SHACKLE, *Expectations in Economics*, Cambridge University Press, 1949, p. 1; G. L. S. SHACKLE, *Decision, Order and Time in Human Affairs*, Cambridge University Press, 1961.

(16) Elle apparaît dans le langage courant : « cela m'étonnerait beaucoup », « cela ne m'étonnerait pas du tout ».

(17) Les événements futurs sont plus ou moins « plausibles ».

(18) Le résultat peut être neutre, « neutral outcome ».

Il est bien certain que nous avons très brièvement schématisé la pensée de l'auteur qui s'exprime toujours avec nuance. Nous avons également été contraint de négliger le modèle élégant qui combine les trois dimensions psychologiques. Cependant, il est peut-être possible d'en voir la portée.

Les probabilistes ont reproché à l'auteur son peu de souci d'un ensemble théorique déjà bien charpenté. Shackle répond aisément que son but est l'analyse du mécanisme réel des décisions dans l'incertitude alors que les probabilités sont d'un emploi normatif au surplus souvent malaisé ⁽¹⁹⁾.

En fait, nous croyons que la critique doit se situer au niveau psychologique qui est celui de l'auteur. Il n'est pas question de repousser les notions de surprise potentielle, de résultats, d'intensité dans la volonté, mais nous pensons qu'elles doivent être interprétées de façon différente. *Ce qui est en question, c'est le temps et notre possession du temps pour vaincre l'incertitude.*

Or la conception du temps de l'auteur ne nous convainc pas. Certes il tient compte de l'expérience passée vivante sous forme de mémoire-experience permettant la préparation du jugement et de la décision, mais la décision elle-même nous paraît ramenée à une *expérience isolée*, de sorte que le comportement économique prend une allure discontinue; on aboutit à un morcellement qui ne facilite pas l'intelligibilité des différentes conduites.

L'intelligibilité des conduites économiques peut être saisie à partir de l'effort des individus (et des groupes) pour introduire un maximum (ou un optimum) d'unité dans l'action; cette unité, lorsqu'elle se réalise, renforce, du reste, la motivation fondamentale des individus. L'unité dans l'effort dépend de la *structure temporelle* vécue par l'être humain, elle dépend aussi des *processus par lesquels il maîtrise le temps* (l'incertitude), c'est-à-dire des processus de décision.

4) *La structure temporelle, cadre de la décision.*

Par exemple, du point de vue économique et social, le comportement des ouvriers n'a pas une unité dans la continuité comparable à celle qui caractérise le comportement des entrepreneurs — bien que ces derniers prennent des décisions plus importantes et plus décisives. Mais les décisions de l'entrepreneur s'inscrivent dans un horizon temporel ⁽²⁰⁾ plus

(19) *Decision, Order and Time...*, ouvrage cité, pp. 47-109.

(20) Professionnel, familial et individuel.

large, dont les repères sont plus riches, lui permettant « par le jeu des expériences symboliques, de concevoir un avenir qui soit création par rapport à sa propre histoire » ⁽²¹⁾.

Il faut, ici, souligner un double aspect dans la possibilité de la maîtrise du temps. Le premier aspect est lié à l'existence de « rythmes économiques ». Ceux-ci sont différents pour l'ouvrier, le paysan, l'entrepreneur. Le rythme économique pour l'ouvrier, pour le paysan dans une large mesure, ne permettent guère que des activités de routine laissant peu de place aux activités résolutives ⁽²²⁾. Pour l'entrepreneur le rythme développe souvent des périodes plus longues mais aussi plus largement dépendantes de la décision originale.

Le second aspect apparaît avec la personnalité même de l'individu. K. Lewin a montré d'abord que l'âge jouait un rôle important : l'adulte, mieux que l'adolescent, est capable d'établir des plans de longue durée coordonnés et organisés comme une unité. Ceci n'est possible qu'avec le développement des capacités d'abstraction, avec le recours à une connaissance « symbolique » (recours au langage commun, et à toutes les formes de langages techniques). Mais il est évident qu'ici interviennent des facteurs socio-culturels : milieu familial, éducation. Enfin, on doit dans l'étude de la personnalité inclure les capacités intrinsèques de l'individu : aptitude au syncrétisme rationnel, aptitude à prendre du recul par rapport aux contraintes du présent, maîtrise de l'impulsivité. On met ainsi en évidence le niveau d'équilibre et d'intégration personnelle du sujet. Il est à remarquer que ces qualités peuvent être mises rudement à l'épreuve dans certaines conjonctures économiques qu'elles soient de grande prospérité ou de dépression. On peut alors observer de véritables phénomènes pathologiques mis en évidence par A. Lauterbach ⁽²³⁾. Un théoricien de la décision a insisté récemment sur la nécessité d'un enseignement de la pathologie de la décision ⁽²⁴⁾.

Il résulte de toutes ces observations que la « possession », la maîtrise du temps, dépendent de conditions technico-économiques, psycho-sociolo-

(21) P. FRAISSE, *Les conduites d'anticipation*, Cahiers de l'Institut de Science Economique Appliquée, Série M. n. 2, décembre 1958.

(22) Les psycho-sociologues distinguent les activités de contrainte et les activités d'intérêt libre (loisirs-fêtes).

(23) A. LAUTERBACH, *Man, Motives, and Money*, Cornell University Press, 1959, pp. 98-142.

(24) Colonel CHANDESSAIS, *Schéma des opérations de décision*, in « La Décision », ouvrage cité.

giques et subjectives. Cette maîtrise va du niveau le plus bas, la simple routine, à la prise de décision originale. Mais il faut souligner que la décision originale, si elle remet en cause des structures et des rythmes, se situe dans la perspective d'une unité de comportement économique (et même humain).

Ayant ainsi suggéré les conditions de la décision et de l'action, on peut s'interroger sur le dynamisme même du comportement et des conduites par lesquelles elles s'expriment.

* * *

5) *La décision, processus vécu dans le temps.*

Nous avons insisté sur les conditions d'unité et de cohérence du comportement (plus ou moins réalisées). Ces conditions apparaissent dans une temporalité vécue par le sujet. On peut à ce propos parler de comportement « séquentiel », observable à deux niveaux différents :

A) d'abord dans l'acte même de décision et d'action,

B) ensuite dans la liaison des différents actes de décision et d'action ⁽²⁵⁾.

A) L'acte de choix entraînant décision et action peut difficilement se ramener au schéma pavlovien « stimulus-réponse ». Déjà Pierre Janet avait souligné, à propos de l'attente qui sous-tend l'acte de décision, qu'elle était elle-même une forme de l'action, plus exactement une « régulation de l'action » qui accroît la distance entre la stimulation et l'acte décisif, une sorte de « détour » dirons-nous, qui opéré par la volonté et l'intelligence accroît l'efficacité du résultat ⁽²⁶⁾.

Ainsi entre le stimulus et la réponse s'introduit la volonté, la tension psychique, avec ce que cela implique d'affectivité et d'influences socio-culturelles. Mais l'intelligence également joue un rôle déterminant. Dans le domaine des actions économiques, celle-ci se trouve très souvent devant l'impossibilité de recourir aux modes de raisonnement des sciences exactes. La déduction qui permettrait une décision ferme et sans regrets est généralement interdite. L'induction qui suppose une observation objective et étendue des données n'est guère plus accessible. Aussi voit-on certains psychologues modernes faire appel à la notion de *transduction* ⁽²⁷⁾. La

(25) Une telle distinction est *commode* pour l'analyse, elle n'est pas nécessairement perçue par le sujet.

(26) P. JANET, *L'évolution de la mémoire et de la notion de temps*.

(27) A. JONCKHEER, B. MANDELROT, J. PIAGET, *La lecture de l'expérience*, Paris, P.U.F., 1958.

transduction va du réel donné au possible, du présent au virtuel et elle atteint la solution à partir des données ⁽²⁸⁾. Remarquons que la transduction, opération psychologique, n'exclut nullement que le sujet ait recours au calcul des probabilités ⁽²⁹⁾, tout comme elle est compatible avec l'analyse de G. L. S. Shackle. L'idée intéressante est qu'il n'y a pas de doute, selon Mandelbrot, sur l'existence, dans une chaîne d'observation perceptive, d'étapes où le sujet peut hésiter, peser le pour et le contre et finalement « décider » pour telle ou telle interprétation, c'est-à-dire pour telle ou telle transduction du signal. Cette conception remet en cause le schéma très simple stimulus-réponse au niveau même de la perception du stimulus.

Si nous considérons maintenant le rapport même qui est *vécu* entre le stimulus et la réponse, l'aspect séquentiel apparaît dans le processus unissant choix, décision et action. L'acte de choix répond à une situation de besoin (stimulus) et il détermine une séquence de comportement dont il faut souligner le caractère, a priori, virtuel (transduction). Sous une autre forme, J. S. B. Brunner déclare qu'il s'agit d'une « séquence de comportement nettement syntaxique — par sa structure, mais aussi parce qu'une substitution des réponses y est possible, comme dans une proposition » ⁽³⁰⁾. Le déroulement même du processus introduit l'idée de stratégie.

Il faut d'abord rappeler, mais ceci est lié à la perception des stimuli, que les expériences de laboratoire mettent en évidence de grandes différences d'attitudes suivant que les « paris » portent sur des jetons sans valeur ou des enjeux en monnaie réelle ⁽³¹⁾. Ce que les économistes connaissent bien avec le « principe du risque croissant » de Kalecki. Bien entendu faut-il aussi tenir compte des caractéristiques propres du sujet, de son attitude à l'égard du risque ⁽³²⁾.

Cependant, le type d'action n'est pas défini une fois pour toutes car le sujet ne s'en tient pas au couple stimulus-réponse apprécié d'après

(28) H. LEFEBVRE, *Critique de la vie quotidienne*, tome 2, Paris, l'Arche 1961, p. 121.

(29) Selon W. P. TANNER, la décision entre dire que « le signal est présent » et dire que le « signal n'est qu'une illusion », est prise selon des méthodes analogues à celles qui font choisir entre parier ou non sur un événement incertain.

(30) J. S. BRUNNER, *Quelques observations sur le choix*, Journal de Psychologie Normale et Pathologique, juillet-septembre 1961.

(31) W. EDWARDS, *The Theory of Decision Making*, Psychological Bulletin, septembre 1954.

(32) W. H. STARBUCK, *Level Aspiration Theory and Economic Behavior*, Behavioral Science, avril 1963.

la sanction. Une première étape dans le comportement « essai-erreur », bien connu des économistes, peut tout simplement permettre d'obtenir des *informations* plus que des sanctions, ce qui lui permet d'asseoir sa stratégie quelle qu'elle soit ⁽³³⁾. Ce comportement séquentiel, de type adaptatif, fondé sur la méthode d'essai-erreur comme moyen de collecte d'information est décrit par de nombreux auteurs à propos de l'innovation. On met en évidence les « séquences génétiques » faisant apparaître l'introduction du progrès technique dans les entreprises ⁽³⁴⁾. Remarquons que la collecte d'information sera d'autant plus facile que le règlement définitif du problème pourra être différé ce qui dépend en grande partie des « contraintes » exercées par le milieu ⁽³⁵⁾.

Bref, l'aspect séquentiel apparaît pour un acte déterminé, dans le processus même du choix, dans la stratégie qu'il détermine, dans les modifications que cette stratégie est amenée à subir pour passer du *stade virtuel au stade réel*. Il est bien évident qu'à un moment donné, la stratégie se fixe — on passe alors à des conduites de type répétitif déjà examinées. La virtualité s'est alors transformée en réalité, il faudra attendre un nouveau point critique, un nouveau seuil avant que se déclenche le processus de choix et de décision. Cette remarque nous amène à parler de l'aspect séquentiel dans le comportement global du sujet économique.

B) En fait, d'après des observations récentes, il semble que les « remises en cause » radicales, les décisions révolutionnaires soient plutôt rares. Pour ce qui concerne les entreprises, selon Cyert et March, les décisions importantes se présentent de façon séquentielle : « l'analyse et l'action sont sérielles ou successives, c'est-à-dire que les problèmes ne sont point 'résolus' mais indéfiniment attaqués » ⁽³⁶⁾. En fait, chaque problème résolu apporte des résultats mais aussi des questions nouvelles, d'où une certaine continuité dans le comportement. Des idées analogues sont développées par A. O. Hirschman et C. E. Lindblom ⁽³⁷⁾.

(33) Stratégie du minimum de risque, du minimum de regret, etc. H. A. Simon a bien montré que cette stratégie n'était pas forcément celle que choisiraient les théoriciens des probabilités, cf. H. A. SIMON, *Theories of Decision-Making in Economics and Behavioral Science*, American Economic Review, juin 1959.

(34) J. L. MAUNOURY, *La Genèse des Innovations*, Faculté de Droit et des Sciences Économiques de Paris, Thèse 1964.

(35) F. E. EMERY et E. L. TRYST, *La trame causale de l'environnement des organisations*, Sociologie du Travail, n. 4, octobre-décembre 1964.

(36) R. M. CYERT et J. G. MARCH, *A Behavioral Theory of the Firm*, New Jersey, Prentice Hall, 1963, p. 11.

(37) A. O. HIRSCHMAN et C. E. LINDBLOM, *Vues convergentes sur le développement*

En outre, Cyert et March indiquent que les politiques successivement adoptées ne diffèrent que marginalement de la politique existante (souci de continuité - sorte « d'homéostasie » de l'organisation). Plus que de stratégie, il s'agirait alors, peut-on penser, de ce que les militaires appellent « opération » : « campagne comprenant à la fois une série d'initiatives tactiques préparées à l'avance, l'estimation de la réaction des rivaux, et des contre-attaques ». Cette méthode, qui requiert souplesse et intelligence, tient compte des données de départ et de l'évolution de la situation, et surtout elle insiste sur la liaison des moyens et des buts compte tenu de l'évolution de ceux-ci ⁽³⁸⁾.

Le choix et l'action sont séquentiels, parce qu'ils s'inscrivent dans le dynamisme psychologique de l'individu. Celui-ci choisit rarement le tout ou rien, ses actions ont un commencement et elles se prolongent dans d'autres actions. La transduction, opérée à partir des caractéristiques propres du sujet, s'analyse finalement en une élaboration structurée d'informations. L'innovation de l'entrepreneur, le nouveau « style de vie » du consommateur viennent répondre à un besoin. Cette réponse, complexe nous l'avons vu, n'est pas forcément révolutionnaire. Elle correspond plutôt à une sorte de « rétablissement d'information » exigé par le milieu qui se transforme. Ainsi que le dit R. Ruyer, « il n'est pas sans vraisemblance que le cerveau de l'inventeur fonctionne souvent à la manière d'une machine interpolatrice, par complétion harmonieuse, par recherche dynamique de simplification, de symétrie, d'équilibre » ⁽³⁹⁾.

Conclusion.

Ainsi, au terme d'une analyse fort sommaire, nous nous apercevons que routine et décision sont le fait d'un même sujet qui tantôt penche vers l'une, tantôt s'exerce à l'autre, selon la force de ses motivations, selon les exigences de l'environnement. Ce qui, en fait, distingue la routine de la décision, c'est une certaine *qualité* du regard porté sur les choses et les êtres. Finalement, cette qualité dépend du niveau de liberté réelle que peut atteindre le sujet; loin qu'elle soit arbitraire pur, cette liberté est l'acceptation du risque et de l'incertitude, et cette acceptation de l'incer-

économique, la Recherche Développement et l'action. Version française établie par B. Cazes, Bulletin SEDEIS, Paris, n. 896, Supplément, 20 septembre 1964.

(38) Général BEAUFFRE, *Introduction à la stratégie*, Paris, A. Colin, 1963.

(39) R. RUYER, *La Cybernétique et l'origine de l'information*, Paris, Flammarion, 1954, p. 45. A ce niveau, psycho-physiologique, la transduction rejoint sans doute les probabilités.

titude est d'autant plus facile que le sujet est lui-même bien intégré psychologiquement. L'individuo equilibré et vivant dans une organisation harmonieuse est *libre* et capace de décider ragionabilmente et en temps opportun.

Ces remarques, à propos de comportements économiques, sont inspirées des théories psychologiques ⁽⁴⁰⁾, elles témoignent d'un souci d'analyse *interdisciplinaire*. Allons plus loin, elles ont parfois le caractère d'une évaluation par rapport à certaines normes tenues pour souhaitables. Une telle méthode d'investigation évoque la *recherche clinique*: elle ne nous semble pas « a priori » condamnable.

ROUTINE E DECISIONE. ASPETTI PSICOLOGICI (*)

Questo studio non è un inventario dei problemi e delle teorie del comportamento economico. Esso riflette soltanto preoccupazioni che sembrano manifestarsi particolarmente in questa disciplina che indaga sul suo ufficio e che è già stata definita « scienza del comportamento ».

L'economista vuole qui mostrare certe prospettive che si presentano con qualche costanza nell'analisi della condotta economica, anche se queste trovano fondamento in discipline non economiche. Questo saggio può pertanto considerarsi come un invito alla ricerca interdisciplinare.

I due temi induttori: routine e decisione, non sono stati scelti per una preoccupazione di troppo facile contrapposizione, ma piuttosto in ragione della loro vastissima portata, del loro significato per la condotta umana in generale.

Obbedendo a motivazioni, più o meno bene gerarchizzate e integrate, agendo in uno spazio strutturato tecnicamente e psicologicamente, il soggetto economico può essere osservato e analizzato nel suo comportamento di produttore o di consumatore. I comportamenti presentano modalità che possono essere assai differenti. In particolare, deve essere fatta una distinzione elementare tra i comportamenti di routine e i comportamenti di attività « risolutivi », che comportano decisione.

(40) L'influence de la pensée psychanalytique n'en est pas exclue (intégration personnelle-équilibre).

(*) Saggio in onore di Marco Fanno.

WETTBEWERB UND WIRTSCHAFTSINTEGRATION (DARGESTELLT AM BEISPIEL DER EWG)

von

WILHELM WEBER

Universität Wien

Ziel der folgenden Untersuchung ist es einmal, die (theoretische) Verwendbarkeit des ökonomischen Begriffs « Wettbewerb » in einer institutionellen Integration aufzuzeigen, zum anderen, die (praktische) Anwendung des Wettbewerbskonzepts am konkreten Beispiel der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft zu überprüfen. Um das Thema sinnvoll zu behandeln, ist es nötig, weiter auszuholen und zunächst die Problematik des ökonomischen Wettbewerbsbegriffs neuerlich kurz aufzurollen; insbesondere muss die Verwendbarkeit eines ökonomischen Wettbewerbsbegriffs für den juristischen Bereich geklärt werden. Ausgehend von dem so gefundenen operationalen Wettbewerbsbegriff ist dessen Vereinbarkeit mit den verschiedenen Integrationskonzepten zu untersuchen. Zum Abschluss wird die Stellung des Wettbewerbsgedankens im Vertrag der Europäischen Wirtschaftsgemeinschaft und in deren Praxis behandelt.

I. Der ökonomische Wettbewerbsbegriff im rechtlichen Bereich.

Angesichts der Unklarheit, die sowohl in der Wirtschaftswissenschaft als auch im Bereich des Wirtschaftsrechts über den Begriff « Wettbewerb » herrscht, scheint es zunächst zweckmässig, ja sogar notwendig, den Wettbewerbsbegriff, der für die folgende Untersuchung massgebend sein soll, abzugrenzen. Das bedeutet nicht, dass damit Anspruch auf Allgemeingültigkeit des verwendeten Begriffs erhoben wird.

Bei der wirtschaftlichen Integration, die zur Zeit in Europa vor sich

geht, handelt es sich materiell um einen ökonomischen Prozess. Formell spielt sich dieser Prozess aber im rechtlichen Bereich ab, da es ein Prozess organisatorischer und institutioneller Art ist (siehe dazu II). Erfolgt eine Integration auf der Grundlage des Wettbewerbs (das ist für die europäische Integration noch nachzuweisen), so ist es notwendig, den Wettbewerbsbegriff entweder positiv oder negativ juristisch zu verankern.

Diese Festlegung stösst auf die Schwierigkeit, dass selbst in der Wirtschaftstheorie keine einheitliche Meinung über den Begriff des Wettbewerbs besteht. Das gleiche gilt auch für den im juristischen Bereich eher verwendeten und aussagekräftigeren Terminus der Wettbewerbsbeschränkung, da diese bei richtiger Formulierung nur die negative Seite des ökonomischen Wettbewerbskonzepts darstellen kann ⁽¹⁾. Eine Orientierung der Auslegung von Wettbewerbsgesetzen an ökonomischen Wettbewerbsbegriffen (vollkommene oder vollständige Konkurrenz nach J. Robinson, v. Stackelberg oder E. Schneider, Jöhr u. a.; reine Konkurrenz schon nach Pareto oder später Chamberlin) ist angesichts der rein modelltheoretischen Bedeutung dieser Begriffe nicht zweckmässig. Ein Beispiel solcher Unzweckmässigkeit war in den Erläuterungen zum Entwurf des deutschen Kartellgesetzes zu finden, wo als Wettbewerbsbegriff die Eucken'sche — freilich wohl nicht so modellhafte — Definition der vollkommenen Konkurrenz verwendet wurde ⁽²⁾. Danach ist Wettbewerb (als Marktform der vollkommenen Konkurrenz) gegeben, wenn der einzelne Anbieter den Preis als gegebenes Datum vom Markt übernimmt und nicht damit rechnet, ihn durch eigenes Verhalten beeinflussen zu können. Unter diesen Voraussetzungen wäre aber eine Gesetzgebung gegen Wettbewerbsbeschränkungen überflüssig, da der Begriff der Wettbewerbsbeschränkung ja voraussetzt, dass der Anbieter zumindest glaubt, Absatzbedingungen und mithin auch Marktverhältnisse durch sein Verhalten (mit-) gestalten zu können. Die Verwendung eines modelltheoretischen Wettbewerbsbegriffs scheint also nur dort möglich, wo man auf einen irgendwie normativen Aussagegehalt des Begriffs verzichtet.

Im allgemeinen Sprachgebrauch dagegen ist gerade dann von Wettbewerb die Rede, wenn sich ein Unternehmer durchaus in der Lage fühlt, seine Absatzchancen durch Preis- und Qualitätsveränderungen zu variieren.

(1) Vgl. dazu und zum folgenden: K. BORCHARDT - W. FIKENTSCHER, *Wettbewerb, Wettbewerbsbeschränkung, Marktbeherrschung*, Stuttgart 1957.

(2) Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen, im folgenden GWB, Gesetz vom 27.7.1957, Dt. BGBl. I, S. 1081. - Vgl. dazu: Wirtschaft und Wettbewerb (im folgenden WuW) 1952, S. 462.

Wettbewerb bedeutet danach dauerndes Streben der Unternehmer nach Vorzugsstellungen, die ihrerseits, einmal erreicht, durch die gleichen Bestrebungen eines oder mehrerer Partner gefährdet sind ⁽³⁾. Daraus ergibt sich auch die Notwendigkeit einer Korrektur des Monopolbegriffs: massgebend ist nicht mehr die Frage, wer Monopolist sei, sondern die Frage nach den Bedingungen, unter denen ein Monopolist schwach bzw. stark ist ⁽⁴⁾: der « Monopolisierungsgrad » bzw. — positiv — die Wettbewerbsintensität. Das (vollkommene) Monopol ist nicht mehr der Gegensatz zur (vollkommenen) Konkurrenz, sondern durchzieht die ganze Reihe der theoretischen Marktkonstellationen in verschiedener Intensität. Eine praktische Verwertung dieser Theorie war der Übergang der Kartellgesetzgebung von der blossen Erfassung des formalen Kartellbegriffs (Kartellabrede) zur Betrachtung des « marktbeherrschenden Unternehmens » (insbesondere die Auslegung des Marktbegriffs).

Der bisher gründlichste Versuch, einen an ökonomischen Tatbeständen orientierten Wettbewerbsbegriff für den rechtlichen Bereich aufzustellen, wurde im deutschen Sprachgebiet in der erwähnten Studie von Borchardt (einem Ökonomen) und Fikentscher (einem Juristen) unternommen. Wirtschaftlicher Wettbewerb ist nach ihnen das selbständige Streben sich gegenseitig beeinflussender Anbieter oder Nachfrager nach Geschäftsverbindung mit Dritten unter Inaussichtstellung möglichst günstiger Geschäftsbedingungen ⁽⁵⁾.

Wie verhält es sich nun tatsächlich mit der Anwendbarkeit dieser Definition im juristischen Bereich? Das staatliche Wettbewerbsrecht steht

(3) Wie oben auch: K. BORCHARDT - W. FIKENTSCHE, a.a.O., S. 9. - Realitätsadäquat definiert Abbott vollständigen Wettbewerb als: Suchen nach dem besten Geschäft durch Vergleichen von Preisen und Qualitäten (beim Käufer). Preiswettbewerb ist danach der Unter- und Überbietungsmechanismus bei gegebener Produktqualität; Qualitätswettbewerb ist das Rivalisieren der Produkte bei gegebener Preislage. (Vgl.: L. ABBOTT, *Quality and Competition*, New York 1955, deutsche Ausgabe: München 1958). Zum tatsächlichen Inhalt wettbewerblichen Verhaltens (siehe auch Anm. 7 und 11) vgl. ferner: T. SCROVSKY, *Monopoly and Competition in Europe and America*, in « The Quarterly Journal of Economics », LXIX (1955), S. 607 ff.; sowie: H. ARNDT, *Schöpferischer Wettbewerb und klassenlose Gesellschaft*, Berlin 1952 (« Wettbewerb der Nachahmer » gegenüber den mit Neuerungen vorausseilenden schöpferischen Unternehmern im Sinn Schumpeters).

(4) E. A. G. ROBINSON, *Monopoly*, New York, London 1949, S. 5. Die gesamte Monopolproblematik — von der reinen ökonomischen Theorie bis zur rechtlichen Anwendung — behandelt nahezu erschöpfend zuletzt: F. MACHLUP, *Artikel « Monopol »*, in « Handwörterbuch der Sozialwissenschaften », Band 7, Göttingen 1961, S. 427 ff.

(5) K. BORCHARDT - W. FIKENTSCHE, a.a.O., S. 15.

ganz allgemein vor der Aufgabe, ein ökonomisches Konzept, das aus wirtschafts- und evt. sozialpolitischen Gründen als erstrebenswert bezeichnet wird, mit normativen Mitteln zu verwirklichen. Dazu genügt es nicht, Wettbewerb bloss deskriptiv, als existente Marktkonstellation (Marktform und Marktverhalten), zu definieren, vielmehr muss auch der Wettbewerbsbegriff normativ gefasst werden. Dass die angeführte Definition unter diesem Gesichtspunkt zunächst juristisch nicht recht brauchbar ist, ergibt sich daraus, dass im rechtlichen Bereich von der negativen Seite des Wettbewerbs, der Wettbewerbsbeschränkung, ausgegangen wird. Ein Nicht-Streben kann nun niemals Gegenstand juristischer Sanktionen sein, da es sich um einen Willensakt handelt, der nicht notwendig nach aussen in Erscheinung tritt. Soll daher diese Definition auch für den Juristen brauchbar sein, so ist es zweckmässiger, Wettbewerb zu definieren als Chance, sich gegenseitig im Wirtschaftserfolg zu beeinflussen, indem man durch Inaussichtstellen möglichs günstiger Geschäftsbedingungen nach Geschäftsverbindung mit Dritten trachtet. Niemand kann in seinem Streben nach Geschäftsverbindung etc. beschränkt werden, wohl aber ist es denkbar, die Möglichkeit des Konkurrenten zu beschränken, mit Dritten in derartige Geschäftsverbindungen zu treten.

Wettbewerbsbeschränkung in diesem Sinn ist daher jede Massnahme, die die Möglichkeiten der Anbieter oder Nachfrager beengt, sich gegenseitig im Wirtschaftserfolg zu beeinflussen, indem jeder möglichst günstige Geschäftsverbindungen in Aussicht stellt. Unter Wettbewerbsverzerrung soll dagegen jeder Unterschied in den wettbewerblichen Startbedingungen vergleichbarer Unternehmen verstanden werden, der nicht ausschliesslich auf natürliche, d. h. Standort-Vorteile zurückzuführen ist. Die Wettbewerbsverzerrung wird damit nur ein anderer Aspekt der Wettbewerbsbeschränkung, nämlich ihr kostenmässiger Niederschlag.

Dass aber ebenso im rechtlichen Bereich (als Grundlage) vom positiven Begriff des Wettbewerbs auszugehen ist, beweist der Umstand, dass nicht alle Wettbewerbsbeschränkungen, die unter unsere (weite) Definition fallen, unbedingt auch mit dem positiven Wettbewerbsbegriff unvereinbar sind. Einerseits gibt es staatliche (gesetzliche oder administrative) Beschränkungen, die unter Umständen als durchaus vereinbar angesehen werden können, z. B. der Erwerb von Konzessionen, um überhaupt zum Wettbewerb zugelassen zu sein, arbeitsrechtliche Beschränkungen etc. Bei diesen notwendigen (inhärenten) « Wettbewerbsbeschränkungen » handelt es sich allgemein um die Auswirkung solcher ordnungspolitischer Interessen, die wichtiger erscheinen als das an sich auch ordnungspoliti-

sche Interesse an der « Vollständigkeit » des Wettbewerbs. Die Grenzen zwischen den notwendigen und den nicht mehr notwendigen Wettbewerbsbeschränkungen in diesem Sinn sind allerdings theoretisch nicht allgemein zu bestimmen. Das wäre nur unter der Voraussetzung einer *bestimmten* wirtschaftsordnungspolitischen Konzeption möglich. Sobald diese Voraussetzung gemacht wird, handelt es sich nach ihrer « Verrechtlichung » aber nur mehr um die Unterscheidung von erlaubten und verbotenen Wettbewerbsbeschränkungen ⁽⁶⁾.

Auf der *anderen* Seite sind nicht als Wettbewerbsbeschränkungen anzusehen die natürlichen Standortvorteile (Rohstoff-, Konsumzentrum). Natürliche Kosten sind danach jene Kosten, die sich ausschliesslich aus dem wirtschaftlich ungünstigeren Standort des Unternehmens ergeben. Die aus ihnen resultierenden Wettbewerbsverzerrungen (ebenfalls im weiten Sinn) sind daher auch nicht zu beseitigen.

Der so erarbeitete Begriff des Wettbewerbs unter Berücksichtigung der notwendigen und der natürlichen Wettbewerbsbeschränkungen deckt sich weitgehend mit dem in den USA ausgearbeiteten der « workable competition » ⁽⁷⁾ = « funktionsfähiger Wettbewerb ». Dieser Begriff um-

(6) Im wesentlichen geht es da um die Frage nach der operationalen Verwendbarkeit des — bescheidenen — Modells der freien Konkurrenz (mit free entry), worauf in Anm. 11 kurz eingegangen wird; vgl. dazu auch: W. WEBER, *Österreichs Wirtschaftsverfassung und Wirtschaftsordnung*, Wien 1957, S. 2 f.

Über die Vereinbarkeit staatlicher Beschränkungen des Gewerbeantritts mit dem (ökonomischen) Wettbewerbsbegriff arbeitete beispielsweise ein eigener Ausschuss der OEEC (EPA-Bericht Nr. 259 über « Freedom of Entry », Paris 26.11.1957). Die Wettbewerbsbeschränkungen, die in der gegenwärtigen Fassung der österreichischen Gewerbeordnung niedergelegt sind, gehen jedenfalls über die Grenzen der « (system-) notwendigen » Wettbewerbsbeschränkungen weit hinaus.

(7) J. M. CLARK, *Toward a Concept of Workable Competition* (erste Veröffentlichung 1940), abgedruckt in « Readings in the Social Control of Industry », Blakiston Series of Republished Articles on Economics, Vol. 1, Philadelphia 1947, S. 452 ff. Vgl. auch: C. B. HOOVER, *The Relevance of the Competitive, Laissez-Faire, Economic Model to Modern Capitalistic National Economies*, in « Kyklos VIII » (1955), S. 40 ff.; in Auseinandersetzung mit Hoover entstanden die beiden Bände: « Wirtschaftssysteme des Westens » (Veröffentlichungen der List Gesellschaft, Reihe B. Hrsg.: E. v. BECKE-RATH und E. SALIN, Bände 6/1957 und 7/1959, Hrsg.: R. Frei), die dem funktionsfähigen Wettbewerb in verschiedenen Staaten nachgehen (so für Österreich: W. WEBER, *Die österreichische Volkswirtschaft - Ein « gemischter Typus » mit ausgeprägter Verbandwirtschaft*).

Von juristischer Seite vgl. zuletzt: E. J. MESTMÄCKER, *Probleme des Bestmöglichen in der Wettbewerbspolitik*, in « Probleme der normativen Ökonomik und der wirtschaftspolitischen Beratung »; Schriften des Vereins für Socialpolitik, NF Band 29, Hrsg.: E. v. BECKERATH, H. GIERSCHE und H. LAMPERT, Berlin 1963, S. 205 ff.

fasst den Wettbewerb, der grundsätzlich in der Praxis realisierbar ist, ohne ein modelltheoretisches, praktisch unerreichbares Ziel zu postulieren. Seine Elemente sind u. a. bei Clark und Hoover (siehe Anm. 7) spezifiziert: so etwa die « Rivalität ».

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass auch im rechtlichen Bereich von der positiven Wettbewerbsdefinition auszugehen ist, nicht von den Wettbewerbsbeschränkungen. Dabei darf der Wettbewerbsbegriff nicht weiter festgelegt werden, als er auch mit juristischen Mitteln garantiert werden kann, d. h. Wettbewerbsbeschränkungen verhindert werden *können*. Unabhängig davon ist nach dem Wettbewerbskonzept zu fragen, das aussagt, inwieweit Wettbewerbsbeschränkungen verhindert werden *sollen*. Dieses ist immer nur innerhalb des juristisch Möglichen sinnvoll festzulegen.

II. Wettbewerb und Integration im allgemeinen.

Als nächstes soll nun versucht werden, den Zusammenhang zwischen marktwirtschaftlicher Wettbewerbskonzeption und wirtschaftlichem Integrationsprozess im allgemeinen darzustellen.

Der Bericht der OEEC aus dem Jahr 1956 über die Schaffung einer europäischen Freihandelszone beurteilte die Rolle des Wettbewerbs in einer derartigen Freihandelszone folgendermassen ⁽⁸⁾: « Das richtige Funktionieren der Freihandelszone und die wirksame Arbeitsteilung in ihrem Rahmen hängen davon ab, in welchem Masse die Mitgliedstaaten sich bemühen, ihre künftigen Anstrengungen auf jene Produktionszweige zu konzentrieren, bei denen sie infolge ihrer natürlichen Standortvorteile relativgünstige Positionen haben ». Die Vorteile, die sich aus einer derartigen konsequenten Beachtung des Gesetzes der sogenannten komparativen Kosten ergeben, werden aber weitgehend wieder aufgehoben, « wenn der Wettbewerb auf den betreffenden Märkten verzerrt ist, entweder weil einige Länder keinen freien und gleichen Zugang zu den Rohstoffquellen haben... oder weil einige Länder die Wettbewerbsbedingungen auf dem Markt selbst durch künstliche Massnahmen verfälscht haben ».

Beide Arten von Verzerrungen können unter dem oben definierten Begriff der Wettbewerbsbeschränkung subsumiert werden, doch bestehen wichtige Unterschiede. Wirtschaftliche Integration in unserem Sinn setzt notwendig u. a. volle Faktormobilität, d. h. generell freien Zugang zu

(8) OEEC, *Report on the possibility of creating a free trade area in Europe*, Paris 1956, S. 16 (Übersetzung des Verfassers).

allen Märkten unter den Mitgliedstaaten, voraus. Bei einem konkreten Integrationsprozess sind diese Massnahmen daher als *erstes* festzulegen und möglichst gegen nachträgliche Veränderungen zu sichern. Ein Abbau solcher Wettbewerbsbeschränkungen im weiteren Sinn (generelle Beschränkungen) ist Voraussetzung dafür, dass nun tatsächlich die Angehörigen der Mitgliedstaaten auf allen Märkten der Gemeinschaft in unbeschränktem Wettbewerb treten können. Erst wenn das erreicht ist, werden die Verzerrungen der *zweiten* Art (Wettbewerbsbeschränkungen im engeren Sinn, spezifische Beschränkungen) wirksam, die bei Überhandnehmen zu einer Wiederaufhebung der Integrationsvorteile führen können.

Bei den hier ausschliesslich interessierenden spezifischen Beschränkungen kann folgende weitere Untergliederung vorgenommen werden :

- a) Als institutionalisierte Wettbewerbsbeschränkungen können — ohne Berücksichtigung der oben erwähnten notwendigen Beschränkungen — solche bezeichnet werden, die durch staatlichen Akt, insbesondere Gesetz, festgelegt sind : so beispielsweise Wettbewerbsverzerrungen auf Grund unterschiedlicher steuerlicher Belastung oder Subventionierung. Ein Grossteil dieser Beschränkungen tritt erst im Laufe eines Integrationsprozesses zutage, wenn sie mit anders gelagerten Verzerrungen der übrigen Volkswirtschaften zusammentreffen. Da es sich hier um neuartige Probleme handelt, sind sie im Rahmen der wirtschaftlichen Integration besonders zu beachten.
- b) Die Hauptgruppe bilden die faktisch bestehenden, die praktizierten Wettbewerbsbeschränkungen, die im vollen Umfange schon in den nicht-integrierten Volkswirtschaften auftreten. Da sie ausschliesslich von den privaten Unternehmen ausgehen (die nach den Grundsätzen der « Privatwirtschaftsverwaltung » geführten öffentlichen Unternehmen können diesen hier gleichgestellt werden), kann man sie auch als private Wettbewerbsbeschränkungen bezeichnen — im Gegensatz zu den staatlichen unter a).

Der wesentliche Unterschied zu den Beschränkungen unter a) liegt darin, dass die privaten Beschränkungen vom Staat bereits als Wettbewerbsbeschränkungen erfasst und rechtlich geregelt sind : die Summe der Vorschriften, die sich (negativ) mit den privaten Wettbewerbsbeschränkungen befassen, wird als Wettbewerbsrecht bezeichnet (Kartell-, Monopolrecht, Antidumpinggesetz, Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb).

Staatliche Beschränkungen können (dagegen) nur durch einen konkreten staatlichen Akt auf derselben Stufe wieder rückgängig gemacht werden.

Unter den verschiedenen möglichen Klassifikationen der Integrationsprozesse ist für eine wettbewerbstheoretische Untersuchung eine besonders wichtig, die die Integrationsformen nach der Art des Verfahrens unterscheidet, durch welches das Integrationsziel erreicht werden soll. Das Verfahren der « funktionellen » Integration wird hauptsächlich von neoliberalen Theoretikern vertreten ⁽⁹⁾. Der Integrationsprozess besteht nach ihnen in einem Abbau der vorhandenen administrativen Beschränkungen des internationalen Güterverkehrs. Vorausgesetzt wird, dass mit Abbau der Beschränkungen proportional die Wirksamkeit der Marktgesetze zunimmt. Demgegenüber vertreten die Anhänger der « institutionellen » Integration die Meinung, dass die Durchführung des Integrationsprozesses und die Aufrechterhaltung des so geschaffenen Zustandes nur durch Anwendung vereinbarter administrativer Massnahmen möglich seien ⁽¹⁰⁾.

Fraglich ist nun, ob die Entscheidung für das eine oder das andere Integrationsverfahren auch eine Entscheidung für oder gegen Wettbewerb bedeutet.

Die Unvereinbarkeit jeglicher Wettbewerbsbeschränkung mit einer funktionellen Integration ist selbstverständlich, da jede Beschränkung das volle Wirksamwerden der Marktgesetze verhindert, das notwendige Voraussetzung der funktionellen Integration ist. — Weniger eindeutig ist das Verhältnis: Wettbewerb — institutionelle Integration. Die Institutionalisierung, die mit Administrierung und Lenkung des Integrationsprozesses gleichzusetzen ist, beschränkt jedenfalls (d. h. ohne Rücksicht auf den Grad der Institutionalisierung) den Wettbewerb im Sinn von vollkommener Konkurrenz. Ob sie auch den Wettbewerb im oben definierten Sinn beschränkt, lässt sich nur in konkreten Fällen aus dem Institutionalisierungsgrad ableiten. Wird auch dieser Wettbewerb beschränkt, so beginnt die von der OEEC befürchtete Selbstaufhebung der Integrationsvorteile. Nach den Vertretern der funktionellen Integration beginnt dieser Aufhebungsprozess bereits mit der Beschränkung der vollkommenen Konkurrenz (etwa nach der Definition Euckens).

(9) Vgl.: W. RÖPKE, *Integration und Desintegration der internationalen Wirtschaft*, in « Wirtschaftsfragen der freien Welt », Hrsg.: E. v. BECKERATH, F. W. MEYER, A. MÜLLER-ARMACK, Frankfurt/M. 1957, S. 493.

(10) Vgl. z. B.: R. SANNWALD, J. STOHLER, *Wirtschaftliche Integration*, Veröffentlichungen der List Gesellschaft, Reihe B, Band 8, 2. Aufl., Basel, Tübingen 1961 S. 75 ff.

III. Wettbewerb und EWG-Vertrag.

Das auch eine institutionelle Integration das Konzept eines unbeschränkten ⁽¹¹⁾ — neben und zusammen mit dem eines funktionsfähigen — Wettbewerbs vertreten kann, zeigt das Beispiel der EWG. Art. 3 des EWG-Vertrages über die allgemeinen Ziele der Gemeinschaft spricht sogar von der Errichtung eines Systems, das den Wettbewerb innerhalb der Gemeinschaft vor Verfälschungen schützen soll. Aus dieser negativ-juristischen Formulierung ist als positiv-ökonomisches Konzept abzulesen: grundsätzlich obliegt dem Wettbewerb die Steuerungsfunktion im Gemeinsamen Markt — Verwirklichung des marktwirtschaftlichen Prinzips! ⁽¹²⁾. Die Ausführungsbestimmungen zu diesem Programmsatz finden sich im dritten Teil des Vertrages (Politik der Gemeinschaft), Kapitel « Wettbewerbsregeln ». Behandelt werden hier Kartellrecht, marktbeherrschende Unternehmen, Dumping, Subventionen etc.; auch da wird also der Wettbewerb von seiner negativen Seite, der Wettbewerbsbeschränkung, her anvisiert! — Die oben vorgenommene Einteilung der Wettbewerbsbeschränkungen liegt auch weitgehend dem EWG-Vertrag zugrunde. Die privaten Praktiken sind in den Art. 85-89 und 91 ge-

(11) Dieser Begriff dürfte mit dem der freien Konkurrenz (Anm. 6) « operational » zusammenfallen. Völlig unbeschränkter Wettbewerb läuft letzten Endes auf die « freie Konkurrenz » im Sinn A. Wagners hinaus, d. h. den Zustand, bei dem jeder der sich am Marktgeschehen beteiligen will, das auch kann und darf. Würde man so den Begriff Wettbewerb in erster Linie im Hinblick auf Zugangsbeschränkungen verwenden — und das tut heute auch die Wirtschaftswissenschaft —, dann wäre Konkurrenz einfach nicht eine Marktform, sondern eine « agonistische Beziehung » zwischen mindestens zwei Anbietern bzw. Nachfragern. Ob (auch) von dieser Seite her zu einem juristisch-operationalen und umfanglich ausreichenden Wettbewerbsbegriff zu gelangen ist, wäre noch zu untersuchen. (Zu den beiden Begriffen vgl.: A. OTT, *Marktform und Verhaltensweise*, Stuttgart 1959, S. 42 ff.).

Dagegen ist unter « redlichem Wettbewerb » (Präambel zum EWG-Vertrag) wohl der echte Leistungswettbewerb (gegenüber dem Nicht-Leistungswettbewerb!) im Sinn von Erreichung optimaler ökonomischer Effizienz auf Grund einer Entfaltung (-smöglichkeit) individueller bzw. kollektiver (Gruppen!) Leistungsfähigkeit zu verstehen. Wesentliches Ziel staatlicher Wettbewerbspolitik müßte es sein, eine öffentliche Garantie der praktisch-ökonomischen Chance zum Leistungswettbewerb der Rivalen zu schaffen, unter Normierung eines fairen Regulativs (noch über den unlauteren Wettbewerb hinaus).

Über die sozial-ökonomische Effizienz von « Marktformen » (« perfect competition », « free competition » und « restricted competition ») vgl.: T. SCROVSKY, *Welfare and Competition*, London 1952.

(12) Vgl. dazu auch: W. WEBER, *Zur Problematik der Regelung des privaten Wettbewerbsverhaltens in den europäischen Verträgen*, in « Kyklos XV » (1962), S. 142 ff.

regelt (Kartell, Marktbeherrschung, Dumping), die staatlicherseits institutionalisierten Beschränkungen fallen z. T. unter die Art. 90 und 92-99 (Begünstigung öffentlicher Unternehmen, Subventionen, Verzerrungen durch Steuergesetzgebung), z. T. werden sie von den Art. 101 (Beseitigung von Wettbewerbsverzerrungen) und 100 (Rechtsangleichung, soweit es für das Funktionieren des Gemeinsamen Marktes notwendig ist) erfasst.

Eine positive Formulierung des Wettbewerbs findet sich nur in der Präambel des Vertrages (« redlicher Wettbewerb » als Ziel) und in Art. 29, der die Aufgaben der Kommission festsetzt: bei Ausführung der ihr durch den Vertrag übertragenen Aufgaben hat die Kommission u. a. von dem Gesichtspunkt auszugehen, die Wettbewerbsbedingungen innerhalb der Gemeinschaft zu entwickeln, soweit diese Entwicklung zu einer Zunahme der Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen führt. Im Grunde hat allerdings auch dieser Artikel keine positive Funktion. Bedeutsam könnte er nur werden, wenn die Kommission ihre Befugnisse überschreitet, d. h. den Wettbewerb durch Planung ersetzen will, und auf Grund des Art. 29 zur Verantwortung gezogen wird. Dass diese Möglichkeit nicht aus der Luft gegriffen ist, zeigt die Debatte um das Aktionsprogramm der Gemeinschaft für die zweite Stufe vom 24. Oktober 1962: Von der Kommission wurde zwar die Meinung vertreten, es handle sich um ein blosses Programm ohne bindenden Charakter. Dabei wurde aber gleichzeitig auf die in jeder Marktwirtschaft vorhandenen und nötigen planerischen Eingriffe hingewiesen. Marktwirtschaftlich orientierte Wirtschaftspolitiker dagegen fürchteten Eingriffe in die wirtschaftliche Freiheit im Wege einer Ersetzung der freien marktwirtschaftlichen Entwicklung durch ein Plankonzept⁽¹³⁾. Hier wäre auch auf die Ankündigung der Kommission hinzuweisen, mit Anfang 1966 von der bisher kurzfristigen wirtschaftspolitischen Planung zu einer mittelfristigen überzugehen und den ersten Fünfjahresplan zu erstellen. Dabei wird allerdings wieder betont, dass es sich um keine Detailplanung handeln werde. Ob darin eine Abkehr vom marktwirtschaftlichen Prinzip liegt, kann erst nach Vorliegen des Planes beurteilt werden.

Aus alledem ist mit zu ersehen, dass durch Unterzeichnung des EWG-Vertrages noch kein eindeutiges wirtschaftspolitisches Konzept entstand bzw. besteht. Die Dinge sind mehr oder weniger in Fluss, die einzelstaatliche Auslegung der Bestimmungen spielt eine grosse Rolle, und gestal-

(13) Vgl. E. GÜNTHER, *Die ordnungspolitischen Grundlagen des EWG-Vertrages*, in « WuW », 1963, S. 191 ff.

tende Massnahmen auf diesem Gebiet werden vor allem von den politischen Konstellationen abhängen. (Siehe dazu auch die in Anm. 12 zitierte Abhandlung). Die künftigen wirtschaftspolitischen Entscheidungen der EWG müssen vor allem einen Kompromiss zwischen den beiden unterschiedlichen marktwirtschaftlichen Systemen der Bundesrepublik Deutschland einerseits und Frankreichs bzw. Italiens anderseits finden. Es ist hier nicht der Platz, auf die Vereinbarkeit des französischen Systems der planification und der économie concertée mit den ordnungspolitischen Grundgedanken des EWG-Vertrages einzugehen. Der EWG-Vertrag schliesst Planung nicht ausdrücklich aus ⁽¹⁴⁾, doch lassen die Wettbewerbsregeln deutlich erkennen, dass er eine Marktordnung will, in der so viel Wettbewerb wie möglich und nur so viel Planung wie notwendig existiert. Für diese Lösung spricht auch, dass es derart gelingen kann, scharfe politische Interessengegensätze in die « Anonymität der Märkte » ⁽¹⁵⁾ zu verlagern. Die Planung sollte sich auf jene Fälle beschränken, wo ein Ausgleich durch Wettbewerb nicht mehr möglich ist.

Das bisher dargestellte Wettbewerbsprogramm der EWG umfasst nur den Bereich der spezifischen Wettbewerbsbeschränkungen. Wie erwähnt, ist der Abbau der generellen Beschränkungen eine Voraussetzung für jede Integration, so dass auch im EWG-Vertrag diese Massnahmen nicht unter dem Titel « Wettbewerbsregeln » besprochen werden. Im wesentlichen sind die Bestimmungen darüber im zweiten Teil des Vertrages (Grundlagen der Gemeinschaft) enthalten und umfassen die sogenannten vier Freiheiten: freier Warenverkehr, freier Dienstleistungs- und Kapitalverkehr, Freizügigkeit.

Zum Abschluss soll noch die Frage der « Harmonisierung des Wettbewerbs » im Rahmen der EWG erörtert werden, eine Forderung, die immer wieder erhoben wird.

Wirtschaftlicher Wettbewerb ist nur eine von vielen möglichen Formen des menschlichen Wettbewerbs, und zwar eine menschliche Verhaltensweise, die von individuellen Leitbildern und Leistungsmöglichkeiten bestimmt ist ⁽¹⁶⁾. Solchen Möglichkeiten ist durch das positive Recht, durch Zölle, Kartellbestimmungen, Steuer- und Sozialgesetze der

(14) E. GÜNTHER, a.a.O., S. 210; vgl. auch Art. 37 EWG-Vertrag (sogar nach deutscher Lehre ist hier nicht jeder dirigistische Eingriff als — umzuformendes — Handelsmonopol anzusehen).

(15) E. GÜNTHER, a.a.O., S. 201.

(16) Vgl.: P. VERLOREN VAN THEMAAT, *Ist eine Harmonisierung des Wettbewerbs und des Wettbewerbsrechts im Gemeinsamen Markt möglich?*, Referat anlässlich der Fachtagung der Friedrich-Ebert-Stiftung, Manuskript, Bad Godesberg 1962.

Rahmen gesteckt. Aus dieser Begriffsbestimmung ergibt sich wohl eindeutig nicht nur die Unmöglichkeit der Angleichung des Wettbewerbs (als Angleichung individueller Leistungsmöglichkeiten), sondern auch die Widersinnigkeit eines solchen Versuches. Soweit also von einer Angleichung des Wettbewerbs gesprochen wird, kann darunter nur die Angleichung jener (gestaltbaren) Umweltbedingungen in den einzelnen Staaten verstanden werden, die *Voraussetzungen* der Wettbewerbsfähigkeit der *Unternehmer* sind, beispielsweise eine Angleichung der Ausbildungsmöglichkeiten. (Dass es sich hier um keine echte Angleichung handelt, zeigt sich schon darin, dass es dabei nicht zu einer Kompromisslösung kommt, wie sie einer Angleichung wesentlich wäre, sondern nur zu dem Versuch, das Niveau der weniger entwickelten Länder schneller zu heben als das der fortgeschrittenen.)

Andere Unterschiede in der Wettbewerbslage der einzelnen Unternehmen beruhen wieder auf verschiedenartigen gesellschaftspolitischen Voraussetzungen in den einzelnen Staaten. So wird im einen Staat beispielsweise der individuelle Wettbewerb bevorzugt, im anderen der Gruppenwettbewerb. Die Möglichkeit einer Angleichung dieser Wettbewerbsvoraussetzungen selbst ist sehr beschränkt, solange keine echte politische Gemeinschaft besteht, in der auch das allgemein-kulturelle Gedankengut zumindest sehr ähnlich ist und in der regionale Gemeinschaftspolitik betrieben wird (insbesondere mit internationalem Finanzausgleich) ⁽¹⁷⁾. Bis zur Erreichung dieses Zieles muss versucht werden, die Verzerrungen zu beseitigen, die sich aus den unterschiedlichen Wettbewerbsvoraussetzungen ergeben. Da dieser Programmpunkt einer der « Grundpfeiler des EWG-Vertrages » ist (Sprung), muss es um so mehr überraschen, dass der Vertrag weder eine genaue Bestimmung der Wettbewerbsverzerrung kennt, noch exakt zwischen künstlichen und natürlichen Kosten ⁽¹⁸⁾ unterscheidet. Dass der Bereich der Wettbewerbsverzerrungen durch

(17) P. VERLOREN van THEMAAT, a.a.O.; W. STRAUSS (*Fragen der Rechtsangleichung im Rahmen der europäischen Gemeinschaften*, Frankfurt/M. 1959, S. 13) hält dieses Ziel für einen unerreichbaren Idealzustand.

(18) Diese schon auf S. 6 definierten Kostenbegriffe fallen nicht mit den von Meade für die Integrationsproblematik verwendeten Begriffen der *private costs* und *social costs* zusammen! (Vgl.: J. E. MEADE, *Problems of Economic Union*, Chicago 1953). Auf den Einwand, daß eine Harmonisierung von Kostenfaktoren durch die freie Konvertibilität der Währungen unnötig geworden sei, da die unterschiedliche Belastung über die Wechselkurse ausgeglichen werde, kann hier nicht näher eingegangen werden. Vgl. dazu: H. v. d. GROEBEN, *Ziele und Aufgaben der wirtschaftlichen Einigung Europas*, in « Europäische Wirtschaft », 1958, S. 47 ff.

künstliche Kosten nahezu uferlos ist, zeigt z.B. die Tatsache, dass bereits eine unterschiedliche rechtliche Behandlung der Immissionen der Industrie (insbesondere Abwässer und Abgase) einen bedeutenden Einfluss auf die Kostensituation der betroffenen Unternehmen hat. Da sich ein Bedürfnis nach Regelung dieser Frage nur in sehr hoch entwickelten Ländern findet, wird die Angleichung weiter erschwert.

Zur bisherigen Entwicklung kann aber gesagt werden, dass die EWG-Kommission die Angleichungsmöglichkeiten klar erkannt hat und die ersten Schritte für eine wettbewerbsgemässe und wettbewerbsneutrale Harmonisierung der einschlägigen Rechtsvorschriften bereits unternommen hat. Erwähnt seien hier nur die schon weit vorgeschrittenen Arbeiten für eine gemeinsame Mehrwertsteuer und der Entwurf einer Richtlinie über den Schutz Dritter im Gesellschaftsrecht. Wenn es möglich ist, auf diesen wichtigen und auch politisch umstrittenen Rechtsgebieten eine wettbewerbsgemässe Angleichung durchzusetzen, so dürften sich die Angleichungsschwierigkeiten auf den anderen, qualitativ sicher weniger bedeutsamen Gebieten wohl von selbst lösen.

CONCORRENZA E INTEGRAZIONE ECONOMICA (*)

Scopo di questa ricerca è anzitutto di mostrare l'applicabilità (teorica) del concetto economico di « concorrenza » in una integrazione istituzionale e in secondo luogo di esaminare l'applicazione (pratica) del concetto di concorrenza nell'esempio concreto della Comunità Economica Europea. Per trattare il tema adeguatamente è necessario muovere da lontano e richiamare brevemente l'intera problematica del concetto di concorrenza; in particolare deve essere chiarita l'applicabilità del concetto economico di concorrenza nell'ambito giuridico. Partendo da un concetto di concorrenza operazionale così trovato, si deve ricercarne la conciliabilità coi diversi concetti di integrazione. Viene infine trattata la posizione del concetto di concorrenza nel trattato e nella prassi della Comunità Economica Europea.

Relativamente alle oscurità che dominano tanto la scienza economica che l'ambito del diritto economico sul concetto di « concorrenza », sembra anzitutto opportuno, e addirittura necessario, limitare il concetto di concorrenza rilevante ai fini della presente ricerca. Ciò non significa che con questo si voglia pretendere validità generale al concetto impiegato.

Nell'integrazione economica attualmente in via di realizzazione in Europa

(*) Saggio in onore di Marco Fanno.

si tratta sostanzialmente di un processo economico. Formalmente questo processo si svolge però nell'ambito giuridico, poichè è un processo di natura organizzativa e istituzionale. Se una integrazione viene realizzata sul fondamento della concorrenza (questo deve essere ancora dimostrato per l'integrazione europea), è naturale ancorare giuridicamente il concetto di concorrenza, in modo positivo o negativo.

Questa affermazione si aggiunge alla difficoltà che persino nella teoria economica non vi è opinione concorde sul concetto di concorrenza. Lo stesso vale per il termine della limitazione della concorrenza applicato spesso nell'ambito giuridico, poichè nella sua esatta formulazione questa può rappresentare soltanto l'aspetto negativo del concetto di concorrenza economica. Un orientamento esegetico delle leggi della concorrenza sulla base dei concetti economici di concorrenza (concorrenza piena o perfetta secondo J. Robinson, v. Stackelberg o E. Schneider, Jöhr ecc.; concorrenza pura già secondo Pareto e più tardi Chamberlin), non è opportuno riguardo al significato puramente teoretico di questi concetti. Un esempio di tale inidoneità si poteva trovare nelle illustrazioni del progetto della legge tedesca sui cartelli, dove è stata impiegata la definizione della perfetta concorrenza di Eucken — certamente in modo meno modellistico. Secondo Eucken, si avrebbe concorrenza (come forma di mercato della concorrenza perfetta) quando il singolo offerente assume il prezzo come dato dal mercato e non conta di poterlo influenzare col proprio comportamento. Secondo queste premesse sarebbe però superflua una legislazione contro le limitazioni della concorrenza, poichè il concetto di limitazione della concorrenza presuppone appunto che l'offerente creda almeno di poter configurare le condizioni di vendita e conseguentemente anche i rapporti di mercato col suo comportamento. L'applicazione di un concetto di concorrenza secondo un certo modello teorico appare dunque possibile soltanto là dove si rinuncia a un qualsiasi contenuto normativo del concetto.

Nell'uso linguistico generale è invece proprio questione di concorrenza quando un imprenditore si sente in condizione di poter variare le possibilità di vendita attraverso variazioni di prezzo e di quantità. Secondo questo concetto, concorrenza significa sforzo continuo degli imprenditori tendente a posizioni di vantaggio che a loro volta, quando raggiunte, sono messe in forse da analoghi sforzi di uno o più concorrenti. Da ciò anche la necessità di correzione del concetto di monopolio: determinante non sarebbe più la questione, chi sia il monopolista, ma le condizioni secondo le quali un monopolista è forte e debole: il « grado di monopolio » o — positivamente — l'intensità della concorrenza. Il monopolio (perfetto) non sarebbe più la contrapposizione alla concorrenza (perfetta), ma passerebbe attraverso l'intera serie delle costellazioni teoriche di mercato in diversa intensità. Una utilizzazione pratica di questa teoria è stato il passaggio della legislazione sui

cartelli dalla semplice concezione del concetto formale di cartello (accordo di cartello) alla considerazione dell'« impresa dominante » (in particolare la esegesi del concetto di mercato).

Il tentativo sinora più approfondito di costruire un concetto di concorrenza per l'ambito giuridico orientato alle circostanze economiche è stato intrapreso nel settore di lingua tedesca nello studio di Borchardt (un economista) e Fikentscher (un giurista). Concorrenza economica è secondo loro lo sforzo indipendente di offerenti e richiedenti che si influenzano a vicenda in connessioni d'affari con terzi nella premessa di ottenere condizioni di scambio più favorevoli.

Si deve poi cercare di dare una rappresentazione generale alla relazione tra la concezione catallattica di concorrenza e il processo d'integrazione economica.

Il bollettino dell'OECE nell'anno 1956 sulla creazione di una zona europea di libero scambio giudicò il ruolo della concorrenza in una siffatta zona di libero scambio al modo seguente: « L'esatto funzionamento della zona di libero scambio e l'efficace divisione del lavoro nel suo ambito dipendono dalla misura in cui gli stati membri si sforzano di concentrare i loro sforzi futuri sui rami di produzione nei quali essi hanno una posizione relativamente più favorevole in conseguenza dei vantaggi naturali della localizzazione ». I vantaggi che risultano da una osservazione conseguente della legge dei cosiddetti costi comparati, sono però ampiamente eliminati « quando la concorrenza sui mercati relativi è distorta, o perchè alcuni paesi non hanno libero e uguale accesso alla fonte delle materie prime... o perchè alcuni paesi hanno falsato le condizioni di concorrenza sul mercato stesso attraverso misure artificiali ».

Entrambi i tipi di distorsione possono essere riassunti nel sopradefinito concetto della limitazione della concorrenza, ma esistono tuttavia importanti differenze. L'integrazione economica nel senso nostro presuppone tra l'altro necessariamente la piena mobilità dei fattori, cioè accesso generale libero a tutti i mercati fra gli stati membri. Con un processo d'integrazione concreto queste misure sono da porsi in primo luogo e vanno garantite il più possibile da cambiamenti susseguenti. Una eliminazione di queste limitazioni alla concorrenza in senso ampio (limitazioni generali) è premessa a che i cittadini degli stati membri possano effettivamente affacciarsi su tutti i mercati della Comunità in condizioni di concorrenza illimitata. Soltanto quando questo è conseguito, diventano efficaci le distorsioni della *seconda specie* (limitazione della concorrenza in senso stretto, limitazioni specifiche), che prevalendo possono condurre a una eliminazione dei vantaggi della integrazione.

Questo saggio sviluppa i seguenti punti fondamentali: 1) *Concetto di concorrenza economica nell'ambito giuridico*; 2) *Concorrenza e integrazione in generale*; 3) *Concorrenza e Trattato di Roma*.

LA POLITICA DELLE MARCHE PER I PRODOTTI DI LARGO CONSUMO

La diffusione nel nostro Paese delle moderne forme di grande distribuzione al dettaglio e l'evoluzione del commercio all'ingrosso verso forme associative, principalmente fra grossisti e dettaglianti, conferisce carattere di attualità anche da noi al problema della politica delle marche. Mentre, infatti, fino a quando non erano presenti nel nostro sistema distributivo i supermercati e le unioni volontarie ⁽¹⁾ non si poneva il problema delle cosiddette « private brands », esso oggi si pone, con la conseguente necessità di scelte da parte dei produttori industriali, dei grossisti, dei dettaglianti e dei consumatori. In questo contesto l'espressione « politica delle marche » vuole avere significato assai restrittivo. Non si tratteranno, infatti, i problemi connessi con l'uso della marca da parte dei produttori per la realizzazione dei fini connessi a tale pratica, nel quadro della politica commerciale fondata, sempre di più, sulle forme di « *non price competition* », ma si vorrà esaminare il più specifico problema delle scelte che gli operatori industriali e commerciali possono effettuare tra la vendita senza marca e quella con marca industriale o con marca privata.

L'accento fatto alle moderne forme della grande distribuzione al dettaglio, ed alle forme associative dell'ingrosso sottintende, principalmente, un riferimento ai prodotti alimentari; è intuitivo che i problemi connessi all'impiego delle marche hanno maggiore importanza nella vendita di beni di consumo diretto, e tra questi gli alimentari e quelli non ali-

(1) L'unione volontaria viene definita « libera associazione di commercianti indipendenti (grossista di zona e dettaglianti di settore) che, rispettando l'indipendenza giuridica, economica e finanziaria di ciascuno dei suoi membri, nell'ambito di determinate zone di influenza, ha lo scopo di organizzare in comune, anche in collaborazione con le grandi marche industriali, gli acquisti dei prodotti, la riduzione dei costi di gestione, la politica di sviluppo delle vendite ed il costante miglioramento del servizio offerto al consumatore ». (Si veda: « Il contributo della VéGé Italiana al perfezionamento del sistema distributivo », Milano, 1960, p. 10, edito a cura della VéGé Italiana).

mentari cosiddetti « domestici » di uso diffuso (quali saponi, detersivi, ecc.) indicano il campo nel quale maggiormente si sviluppano le politiche delle marche, in tutti i paesi del mondo. La limitazione dell'argomento a tali prodotti sembra quindi pienamente giustificata, mentre l'estensione del discorso ad altre classi di prodotti richiederebbe generalizzazioni certamente dannose in un breve studio come quello che qui si intraprende.

Non disponiamo per il momento di sufficiente materiale d'indagine per soffermarci sulle più diffuse politiche in atto nel nostro sistema produttivo-distributivo; ci riserviamo pertanto di tornare sull'argomento in altra occasione. Affideremo invece al presente studio il compito di passare in rassegna i principi generali che regolano la politica delle marche nel senso restrittivo precedentemente indicato, ed i problemi che in connessione derivano all'industria ed al commercio.

1. *Perchè esistono i prodotti di marca. Tipi di marche.*

I motivi che inducono alla apposizione della marca ⁽²⁾ sui prodotti possono essere così riassunti ⁽³⁾:

- a) La marca è uno dei principali strumenti per la identificazione di un articolo da parte del compratore;
- b) La marca tutela il compratore perchè è garanzia di un certo standard qualitativo e consente al compratore di sapere ciò che riceve dal prezzo che paga;
- c) La marca protegge chi la detiene consentendogli una certa sfera di controllo della domanda dei suoi prodotti;
- d) La marca è un necessario complemento a qualsiasi iniziativa tendente a creare la domanda del prodotto, ogni volta che venga data importanza particolare alla vendita selettiva piuttosto che ai motivi primari di acquisto;

(2) Useremo indifferentemente i termini marca e marchio, pur dovendosi a stretto rigore riconoscere diverso significato all'uno ed all'altro, almeno se si guarda all'uso dei termini nel linguaggio giuridico. La marca « commerciale » più correttamente dovrebbe essere chiamata « etichetta », come nel linguaggio anglosassone viene spesso chiamata « label ». Per marca qui si vorrà intendere « una parola, un marchio, un simbolo, un espediente, o una combinazione di questi per identificare un prodotto o un servizio ». Vedasi Ch. F. PHILLIPS e D. T. DUNCAN, *Principles of Marketing*, Home-wood, 1965, p. 579.

(3) Si veda: BECKMAN, T. N. e DAVIDSON, W. R., *Marketing*, VII ed., New York, 1962, p. 642.

- e) L'uso della marca consente ai produttori di introdurre altri prodotti sul mercato con maggiore facilità, perchè la marca già nota dà prestigio;
- f) Nel caso di prodotti tecnici di alto valore unitario (automobili, macchine da scrivere, calcolatrici, ecc.), la marca rende facile il ricorso alle riparazioni e ad altri servizi accessori.

Nel linguaggio comune, quando si parla di marche ci si suole riferire a quelle adottate dai produttori. Storicamente, infatti, i produttori industriali furono i primi a distribuire i loro prodotti contrassegnati con marca. Tale sistema consentiva di pubblicizzare i prodotti facilitando la individuazione di questi da altri in concorrenza. La grande diffusione dei prodotti di marca industriale, caratteristica degli anni recenti, va attribuita anche al trasferimento alle imprese industriali di talune funzioni di « adattamento qualitativo » (impacchettamento, miscelazione ecc.) un tempo attribuite alle imprese commerciali ⁽⁴⁾. L'apposizione della marca ha così determinato un trasferimento della responsabilità per la qualità del prodotto dal dettagliante alle industrie. Ma, nei paesi più evoluti commercialmente, e segnatamente negli Stati Uniti d'America, già da vari anni, molti prodotti sono distribuiti al consumo finale con marche degli intermediari commerciali. Sono le cosiddette « private brands » la cui diffusione è più o meno grande in funzione dell'area commerciale nella quale operano le imprese che le adottano. Queste sono principalmente aziende grossiste o del grande dettaglio (grandi magazzini, case di vendita per corrispondenza, magazzini a succursali ecc.) che distribuiscono prodotti, soprattutto di vasto consumo, con marche proprie. Agli inizi degli anni 30, infine, negli S.U. il fiorire di gruppi d'acquisto collettivi e delle varie forme di associazioni tra grossisti e dettaglianti ha dato impulso alla adozione da parte di questi operatori di marche proprie da applicare a certi prodotti acquistati per il gruppo. E' facile comprendere come queste marche abbiano subito goduto maggior prestigio di quelle adottate dai singoli grossisti per la maggiore forza di penetrazione che esse possono avere (pubblicità nazionale, grande numero di punti di vendita, ecc.) ⁽⁵⁾. Tanto le marche dei produttori industriali quanto quelle dei distributori vengono solitamente distinte in due tipi: il primo viene denominato « individual » ed è adottato ogni qual volta una marca individua un solo prodotto; il secondo è detto « fa-

(4) MCCLELLAND, W. G., *Studies in Retailing*, Oxford, 1963, p. 122.

(5) MAYNARD, H. H., BECKMAN, T. N., *op. cit.*, p. 624.

mily » o « blanket » ed individua, solitamente col nome del produttore o del rivenditore, una più o meno vasta gamma di prodotti. Nei paragrafi che seguono cercheremo di fornire, separatamente, un quadro, per quanto possibile completo, delle politiche delle marche dei produttori industriali e di quelle dei distributori (private brands), grossisti e dettaglianti.

2. Vantaggi e svantaggi della marca per il produttore industriale.

Come già si è accennato, il motivo principale che induce i produttori ad usare una marca è che questa consente la identificazione esatta del prodotto, facilitando le attività di promozione delle vendite. La possibilità di identificare il prodotto con la semplice apposizione della marca rappresenta un vantaggio anche per quelle industrie che non intendano appoggiare le vendite del prodotto con una campagna pubblicitaria, in quanto i consumatori, una volta identificato il prodotto, se ne sono rimasti soddisfatti, ripeteranno l'acquisto senza difficoltà di individuazione. Va notato in proposito che sotto questo aspetto non ha alcuna importanza la circostanza che la marca sia quella del produttore o quella di uno qualsiasi degli intermediari commerciali. Diversa è invece l'importanza della marca industriale sotto il profilo della possibilità di sostituire un prodotto con un altro simile. Se un prodotto privo di marca viene richiesto ancora da parte del consumatore che lo abbia apprezzato, questi non ha alcuna garanzia che il prodotto che gli viene offerto dal dettagliante sia effettivamente quello precedentemente provato. L'industriale che non abbia apposto la sua marca perde così una parte delle vendite a favore dei concorrenti. Ma, come si accennava, la situazione è diversa per i distributori, i quali possono utilizzare il proprio marchio anche per prodotti di origine diversa.

Quando un'industria è già nota sul mercato con una marca adottata per vari prodotti, si trova in posizione di vantaggio rispetto ad altre industrie per quanto riguarda il lancio di un prodotto nuovo. Ciò può anche avere, però, un aspetto negativo, perchè non è escluso che i consumatori che abbiano una cattiva opinione di un prodotto finiscano con l'estendere quella anche ad un nuovo articolo lanciato con lo stesso nome. Di regola, tuttavia, si può dire che la marca comune (family brand) finisce coll'avere un'azione di trascinamento anche nei confronti di nuovi prodotti, specie se questi sono destinati ad impieghi simili e possono impiegare gli stessi motivi di acquisto nei confronti dei consumatori.

A fianco di questi ovvi vantaggi che l'uso della marca offre ai produttori industriali sono da segnalare i seguenti svantaggi:

- a) Più alti costi di produzione connessi all'apposizione dei marchi, etichette, all'uso di contenitori speciali ecc.
- b) Costi di pubblicità. Se pure il produttore non intenda svolgere vaste campagne pubblicitarie, la marca è un effettivo strumento di propaganda, ed è difficile che non venga in qualche modo sostenuta da campagne promozionali.
- c) Quando un prodotto viene diffuso con la marca, è implicito l'impegno da parte dell'industria a mantenere un certo standard qualitativo, venendo meno il quale è sul produttore industriale che si ripercuotono le eventuali lagnanze dei consumatori.
- d) Il grande dettaglio può non gradire i prodotti di marca quando questi siano distribuiti in regime di prezzi imposti, poichè rappresentano un ostacolo alla politica dei prezzi di queste aziende. I piccoli dettaglianti, d'altro canto, lamentano i bassi margini ad essi riservati per tali prodotti, specialmente perchè spesso è su quei prodotti che si svolge la più accanita concorrenza tra dettaglianti.

3. *Vantaggi e svantaggi della marca per gli operatori commerciali.*

Phillips e Duncan ⁽⁶⁾, nel trattare dei vantaggi e degli svantaggi della marca per i produttori industriali, del che si è precedentemente detto, rilevano, indirettamente, alcuni fattori di vantaggio e svantaggio anche per gli operatori commerciali. In primo luogo, essi notano, poichè le marche industriali, accompagnate da vaste campagne pubblicitarie consentono maggiore stabilità dei prezzi, in periodi di prezzi calanti gli intermediari (oltre naturalmente ai produttori industriali) subirebbero perdite minori. In secondo luogo, la maggior parte delle imprese grossiste soprattutto di dimensioni più modeste preferisce trattare prodotti di marca industriale nota, perchè, essendo ben accettati ai consumatori, lo sforzo di vendita richiesto è minimo; e se pure il margine unitario è più basso, il più veloce giro d'affari ed il maggiore volume di vendita consentirebbero maggiori profitti complessivi ⁽⁷⁾. Infine, alcuni dettaglianti non gradirebbero le marche molto note dei produttori, principalmente a causa dei

(6) v. *Marketing, principles and methods*, V ed., Homewood, 1964, pp. 582-83.

(7) Analogamente si esprimono CONVERSE, HUEGY e MITCHELL, *The elements of marketing*, New York, 1952, p. 339.

ristretti margini che ad essi vengono talvolta riservati, soprattutto se i prodotti vengono usati come « price leaders » da parte di dettaglianti concorrenti.

Se pure le considerazioni precedenti hanno una loro validità in linea di principio, la questione sembra assai più complessa, e non può essere liquidata con così semplici affermazioni. Iniziamo con l'impresa grossista.

La diffusione di prodotti di marca ha segnato l'inizio del declino delle funzioni classiche dell'intermediario grossista ⁽⁸⁾. Risalire alle origini del fenomeno è abbastanza complesso, ma si possono distinguere due ordini di motivi: uno collegato alle caratteristiche della produzione industriale di massa che poneva le industrie in difficoltà se si fosse dovuto mantenere il tradizionale collegamento con l'impresa grossista; standardizzazione della produzione su vasta scala ed esigenza dei grossisti di vendere in concorrenza prodotti differenziati erano fenomeni difficilmente conciliabili; l'altro derivante dalla difficoltà da parte dei grossisti di trattare contemporaneamente più prodotti in concorrenza appartenenti ad industrie diverse. Di qui, come si accennava, l'inizio del declino dell'impresa grossista nelle funzioni tradizionali ⁽⁹⁾ cui contribuiva ancora il diffondersi delle forme di grande dettaglio tra i cui obiettivi è quello del collegamento diretto con i fabbricanti.

L'introduzione e la diffusione dei prodotti di marca accompagnati da campagne pubblicitarie su scala nazionale hanno finito col togliere ai grossisti (e ai dettaglianti) la funzione della vendita, relegandoli a semplici « distributori » attraverso le loro reti commerciali. In effetti chi sostiene l'onere della pubblicità crea la domanda per i prodotti; sarebbe quindi giustificato, tra l'altro, che ai grossisti fossero riservati margini

(8) V. C. FABRIZI, *L'impresa grossista nel commercio alimentare d'oggi*, p. 6 ss. Relazione Generale al Convegno Nazionale sulla economicità della funzione del commercio all'ingrosso alimentare. Roma, 19-20 ottobre 1964.

(9) Il Fabrizi, in proposito, afferma testualmente: « L'intermediazione grossista, che pure appare indispensabile in molti canali di distribuzione, viene a trovarsi in difficoltà nella trattazione delle varie marche concorrenti. Gradualmente, infatti, la figura del grossista viene spodestata e sostituita magari da agenzie (regionali o locali) grossiste dello stesso industriale fabbricante, il che provoca altri fenomeni di aggravamento di costi. Inoltre, la soppressione di un bacino grossista intermediario, regolatore del deflusso, impone la conservazione di stocks più consistenti sia presso i produttori che presso i dettaglianti, e ciò adduce non solo a diversificazioni strutturali dei costi, ma a possibilità di più frequenti ed ampie escursioni nei prezzi per un fenomeno di dilatazione psicologica della domanda e dell'offerta tra operatori eccessivamente distanziati tra loro, fisicamente ed economicamente ». (V. C. FABRIZI, *Tecniche e politiche di vendita*, p. 235).

assai modesti su quei prodotti per i quali l'impresa intermediaria sostiene spese bassissime.

Il vantaggio di trattare prodotti accompagnati da vaste campagne pubblicitarie è sentito maggiormente dalle imprese dettaglianti le quali, offrendo più prodotti di marca diversa, esercitano un'azione di forte attrazione sulla clientela e realizzano più ampi volumi d'affari. La presenza di più marche per uno stesso prodotto impone però al dettagliante assortimenti enormemente più vasti, il che si ripercuote ovviamente sulla economicità della gestione.

La circostanza per cui molti dei prodotti di marca sono venduti in regime di prezzi imposti, se da un lato può rappresentare per il piccolo dettaglio un vantaggio garantendo in ogni caso un margine di utile lordo, dall'altro toglie a questi operatori, almeno in teoria, ogni possibilità di attuazione di politiche di prezzi.

Quanto al grande dettaglio, la diffusione dei prodotti di marca (industriale o commerciale) rappresenta uno strumento essenziale alla vendita con la tecnica del self-service che, notoriamente, non può che essere applicata per i prodotti preconfezionati, individuati da una marca e pubblicizzati su vasta scala ⁽¹⁰⁾.

Sembrerebbe quindi di poter affermare che il grande dettaglio debba gradire l'esistenza dei prodotti di marca industriale, consentendo questi una serie di notevoli vantaggi, tra i quali in primo luogo la possibilità di adottare la tecnica del self-service.

L'esperienza degli Stati Uniti dimostra, senza dubbio, che da un lato i supermercati sono i più autorevoli esponenti delle marche nazionali, e dall'altro che essi consentono alla industria campagne promozionali di vendita senza precedenti. Le affermazioni fatte risultarono evidenti negli Stati Uniti già nel lontano 1938 quando la rivista *Super Market Merchandising* lanciò la cosiddetta « *Nationally Advertised Brands Week* » dal 24 febbraio al 5 marzo.

Prima dell'avvento dei supermercati le marche nazionali avevano una posizione di secondaria importanza rispetto alle marche private dei grossisti e delle catene di dettaglianti ⁽¹¹⁾, ma la « settimana delle marche pubblicizzate su scala nazionale » si può dire che segnò la fine delle avversioni da parte dei supermercati per quei prodotti. Il trionfo dei prodotti di marca nazionale nei supermercati fu anche la più dura reazione di

(10) C. FABRIZI, *Tecniche ecc., op. cit.*, p. 260.

(11) Vedi M. M. ZIMMERMAN, *The Super Market, a revolution in distribution*, New York, 1955, p. 123.

questi negozi contro la crescente attività promozionale delle « private brands » delle catene volontarie.

Ma i prodotti di marca industriale se pure rappresentano ancor oggi, negli Stati Uniti come in altri paesi, un'aliquota assai cospicua del volume di vendita dei supermercati, costituiscono pure un ostacolo alla politica dei prezzi, specie se vengono distribuiti a prezzi imposti dal produttore. Per ovviare almeno in parte a tale inconveniente, molti supermercati adottano una politica di assortimento dei prodotti che affianca a quelli di marca nazionale almeno una marca propria. Con tale politica non solo si riesce in molti casi a vendere a prezzi diversi da quelli imposti dal produttore un articolo differenziato soltanto per la diversa confezione o formato, ma si crea un elemento di attrazione verso il consumatore che identifica in quel prodotto il negozio presso il quale ha fatto il suo acquisto.

4. *Le marche private (« private brands ») o dei distributori.*

La vendita dei prodotti con etichetta del distributore sembra presentare, ai nostri giorni, una certa tendenza all'aumento, in tutti i paesi ⁽¹²⁾.

I motivi che inducono gli intermediari ad adottare marche proprie sono molteplici: in primo luogo è la possibilità di approvvigionamenti a condizioni migliori e conseguentemente la possibilità di vendere a prezzi bassi, in secondo luogo la possibilità di controllare la qualità dei prodotti, infine i più larghi margini di profitto lordo che sarebbero riservati ai grossisti e ai dettaglianti. Inoltre, la marca privata consente ai dettaglianti di fare « propria » la clientela che, in caso contrario, « appartiene » all'industriale. Mentre la marca industriale può essere acquistata dal consumatore presso qualsiasi rivenditore che l'abbia in magazzino, la marca commerciale viene venduta soltanto presso quel o quei distributori che la detengono. La decisione da parte dei distributori di vendere prodotti con marca privata comporta la soluzione di numerosi problemi, tra

(12) Una recentissima indagine riguardante il mercato inglese ha dato i seguenti risultati:

- il 100% dei supermercati ed il 69% degli altri negozi a self-service vendevano prodotti con marca propria;
- per i prodotti di maggiore successo le vendite con marca propria raggiungevano il 45% delle vendite nei supermercati ed il 52% delle vendite negli altri negozi a self-service;
- sulle vendite totali la percentuale di prodotti con marca propria era l'8% per i supermercati e l'1% per gli altri negozi a self-service.

(Si veda: *Private Brands: how strong is their hold?* « Self-Service and Supermarket », Ottobre 1965, p. 30 ss.).

i quali, in primo luogo, i seguenti: a) per quali prodotti debba essere adottata la marca commerciale; b) quale debba essere la politica di vendita e di promozione da adottare per quei prodotti; c) quali i prezzi ai quali vendere in relazione ai prezzi dei prodotti di marca nazionale.

Per quanto riguarda la scelta dei prodotti, pur restringendo l'indagine ai soli prodotti alimentari o di uso domestico, non sembra sia possibile indicare una regola; l'osservazione della politica solitamente perseguita dagli operatori, soprattutto americani, consente tuttavia di indicare alcuni principi di massima. In primo luogo, si osserva, la possibilità di impiegare marche private è in funzione del tipo di prodotto a causa delle dimensioni del volume di vendita che può essere realizzato e della forza di penetrazione che hanno prodotti concorrenti con marca industriale ⁽¹³⁾. Sempre in linea generale, inoltre, si può dire che difficilmente vengono offerti in vendita con marca commerciale prodotti che non siano già noti ai consumatori, perché i costi promozionali ricadrebbero sui distributori. Si può quindi dire che i prodotti per i quali più frequentemente è adottata la marca commerciale sono quelli di grandissima diffusione, e che non presentano situazioni di mercato tali da denotare una decisa concentrazione della domanda su una o poche marche di notorietà nazionale ⁽¹⁴⁾.

La notorietà del punto di vendita al dettaglio in seguito all'affermazione commerciale del nome consente di competere con le grandi marche

(13) Cfr. CASSADY, R., *Competition and price making in food retailing*, New York, 1962, p. 129.

(14) Secondo un'indagine americana (si veda *Where we stand today in private brand merchandising*, « Progressive Grocers », Agosto 1959, pp. 48-53) vi sono prodotti offerti *frequentemente* con marca privata; altri *abbastanza frequentemente* ed altri infine *raramente o mai*. L'elenco dei prodotti che rientrano nelle tre classi è il seguente:

a) *Frequentemente*: bevande analcoliche, frutta sciroppata, succhi di frutta vegetali in scatola, latte in scatola, condimenti, prodotti surgelati, confetture, sottaceti, olive, salse piccanti, salse per insalata, grassi speciali.

b) *Abbastanza frequentemente*: prodotti da forno, canditi, biscotti, crackers, pesce in scatola, desserts, spaghetti, articoli di carta, salatini, spezie, saponi, detersivi, sciropi.

c) *Raramente o mai*: alimenti per bambini, prodotti speciali da forno, prodotti per il breakfast, carne in scatola, sigarette, tabacco, alimenti cinesi, alimenti disidratati, alimenti dietetici, casalinghi, cosmetici, cibi precucinati, cibi per spuntini o ricevimenti, zucchero, zuppe (riportato da CASSADY, R., *Competition and price making in food retailing*, New York, 1962, p. 129).

Per il mercato inglese si veda la già citata indagine della rivista « Self-Service and Supermarkets ».

nazionali. I consumatori che hanno fiducia nel negozio di vendita prescelto sono predisposti all'acquisto dei prodotti che portano la marca di quel distributore. A favorire tale possibilità svolge un ruolo importante l'attività pubblicitaria nell'interno del negozio, attraverso vetrofanie, esposizioni speciali, ecc.

Nelle unioni volontarie, il marchio privato svolge spesso una funzione di marchio di qualità. In tali casi la marca privata si accompagna a quella del produttore o semplicemente alla sua ragione sociale. Ciò sta ad indicare che il distributore è garante della qualità del prodotto.

Secondo un esperto ⁽¹⁵⁾ i prodotti con marca del distributore rispondono ai seguenti criteri organizzativi e di politica di vendita delle catene volontarie:

- a) Concentrazione degli acquisti e unificazione dell'assortimento su scala nazionale (e anche internazionale).
- b) Competitività di costi con la commercializzazione industriale.
- c) Risparmio pubblicitario e promozionale con « messaggio » unificato per il prodotto e per il punto di vendita.
- d) Eliminazione dei costi di promozione intermedi.

In effetti, la concentrazione degli acquisti su scala nazionale è fortemente facilitata dalla adozione della marca privata, e recenti esperienze mostrano che anche su scala internazionale possono essere operati acquisti con unico marchio della catena destinati a servire i dettaglianti di più paesi ⁽¹⁶⁾.

La politica dei prezzi seguita dai dettaglianti per i prodotti con marca propria è di solito quella di offrire questi prodotti a prezzi più bassi di quelli della concorrenza nazionale. Vi sono diversi motivi che consentono e suggeriscono ai dettaglianti di svolgere una concorrenza di prezzo ai prodotti con marca industriale.

In primo luogo i costi di approvvigionamento di quei prodotti sono spesso più bassi: il grossista può approvvigionarsi dei prodotti da vendere

(15) Cfr. S. BIASI, *Forme moderne del commercio all'ingrosso e delle catene volontarie*. Lezione svolta al XII Corso su « Marketing e Programmazione Aziendale » a cura del Centro di Studi Aziendali di Napoli, 1965.

(16) Nel maggio 1965 in una riunione tenuta a Londra dai 29 dirigenti della VEGÉ rappresentanti 30.000 dettaglianti di 11 paesi è stato deciso tra l'altro di ampliare gli acquisti dell'ufficio centrale di Amsterdam destinati a rifornire i 187 grossisti dell'organizzazione VEGÉ in Europa (si veda: *Towards a common policy*, in « Self-Service Time », giugno 1965, p. 8).

con marca propria da molti produttori diversi, o anche dal produttore di marche nazionali che può avere interesse a vendere ai dettaglianti o ai grossisti prodotti senza marca industriale a prezzi più bassi.

In realtà il produttore che non abbia marca propria subisce una notevole pressione da parte del grossista o dei supermercati, mentre per le marche nazionali al distributore è lasciata scarsa elasticità di manovra contrattuale.

Le differenze di prezzo rispetto ai prodotti di marca nazionale variano, tuttavia, da prodotto a prodotto. Uno studio condotto negli Stati Uniti mise in luce una differenza media dell'11%, con una variabilità da articolo ad articolo compresa tra zero ed il 25% e da negozio a negozio compresa tra l'8,6% ed il 12,6% in due diverse catene rispetto alle marche industriali.

Ma mentre i prezzi dei prodotti con marche commerciali sono di solito più bassi, i margini dei dettaglianti sono di solito maggiori. La seguente tabellina, che si riferisce ad un'indagine svolta nel 1959 mette in luce tali differenze per alcuni articoli venduti da supermercati ⁽¹⁷⁾.

| Articolo | Marca | Prezzo al dettaglio (cents) | Percentuali di ricarico |
|----------|-------|--------------------------------|----------------------------|
| A | Dett. | 24 | 26,2 |
| A | Ind. | 27 | 16,5 |
| B | Dett. | 49 | 25,2 |
| B | Ind. | 61 | 17,0 |
| C | Dett. | 49 | 38,0 |
| C | Ind. | 73 | 13,0 |

5. *Problemi posti alle imprese industriali dalle marche dei distributori.*

Da quanto si è precedentemente detto, deriva che al produttore industriale che intenda inserirsi sul mercato per offrire uno o più prodotti si pongono diverse possibilità di scelta circa la più opportuna politica di marche da adottare. Le varie alternative possono farsi rientrare nelle seguenti :

- a) vendita dell'intera produzione senza alcuna marca industriale;
- b) adozione di una marca propria per tutta la produzione;
- c) vendita di parte della produzione con marca propria e di parte senza marca industriale.

(17) Fonte: adattato da « Consumer Reports », Febbraio 1961, p. 65 basato su dati riportati da « Supermarket News », 1959 (si veda: CASSADY, *op. cit.*, p. 132).

Nelle attuali condizioni dei mercati dei paesi più evoluti, la prima soluzione non sembra possa dar luogo ad una industria di dimensioni cospicue, a meno che i prodotti stessi vengano prodotti per conto di distributori con la marca di questi. E' da ritenere che una tale politica sia, ove generalizzata, distruttiva dell'autonomia economica e finanziaria della impresa industriale. Non sembra dubbio, infatti, che i grossisti che si assicurassero tale produzione finirebbero, nel breve andare, coll'imporre i prezzi, col finanziare totalmente la produzione e coll'imporre al produttore tutte le condizioni contrattuali. La produzione per uno o pochi distributori creerebbe, in altri termini, situazioni del tipo monopsonio o oligopsonio. Per quanto detto occorrerebbe pensare ad imprese industriali che escludano dalle loro funzioni quella commerciale e che concentrino tutti i mezzi disponibili sulla funzione produttiva, rinunciando in modo totale a svolgere quelle che nell'industria moderna sono le attività base per la programmazione di produzione stessa. Non ci soffermiamo ulteriormente su un tale tipo di impresa che, come già detto, non ha possibilità di sopravvivenza o si potrebbe rinvenire soltanto in casi molto particolari e comunque tali da non poter dar luogo ad una trattazione generalizzata. L'adozione di una marca propria pone, per quanto si è già detto nelle pagine precedenti, numerosi problemi, la cui soluzione dipende non soltanto dalle dimensioni dell'impresa e dalla natura del prodotto, quanto dalle scelte in materia di canali di distribuzione, metodi di vendita, ecc.

In primo luogo l'adozione di una marca industriale pone il problema della pubblicità da svolgere per l'affermazione del prodotto presso i consumatori finali. Se è vero, infatti, che la marca è in sè strumento di pubblicità, è pur vero che i problemi sono assai diversi se il prodotto viene accompagnato, in fase di lancio e di espansione delle vendite, da campagne pubblicitarie su scala nazionale che utilizzino tutti o molti dei vari mezzi di cui si dispone sui moderni mercati.

Se l'industria manifatturiera abbia già raggiunto notevoli affermazioni commerciali, in quanto il suo nome è già notevolmente diffuso tra i consumatori, legato alla vendita di altri prodotti, sembra che la questione non dia adito a dubbio, nel senso di seguire la stessa politica anche per un nuovo prodotto (nuovo o nel senso che rappresenti una novità per il mercato, es. vegetali surgelati nel nostro Paese negli anni 60 o che sia per la prima volta prodotto da quella industria che abbia già affermato la sua « family brand » per altri prodotti).

Ciò nonostante, particolare attenzione deve essere rivolta al sistema distributivo attraverso il quale i prodotti fluiscono al consumo; se, invero,

le vendite realizzate dalle unioni volontarie e dai supermercati rappresentano un'aliquota cospicua del mercato, o se in ogni caso questi canali sono da considerare qualitativamente importanti per la vendita del prodotto, l'industriale che pur abbia già affermato la propria marca sul mercato si troverà di fronte alla necessità di considerare l'opportunità della vendita con marchio commerciale. La scelta si pone allora in questi termini: rinunciare ad un importante canale di distribuzione, ovvero distribuire una parte del prodotto con etichetta commerciale.

Il caso si pone con maggiore urgenza nella vendita a grossisti legati ad unioni volontarie. Se, infatti, l'industria con marca nazionale non intende fornire a tali grossisti prodotti da distribuire con nome commerciale, la rinuncia a quel canale significa non solo la perdita del volume di vendita che si potrebbe realizzare presso i dettaglianti appartenenti all'unione volontaria, quanto la perdita del volume di vendita che potrebbe essere realizzato attraverso gli altri dettaglianti, che si riforniscono dagli stessi grossisti, pur non appartenendo all'unione. A meno che l'industria non sia in grado, per quei soli dettaglianti, di saltare l'anello grossista rifornendoli direttamente. In altre parole, rinunciando a rifornire i grossisti con marca dell'unione volontaria si potrebbe perdere un grosso volume di affari anche sotto la marca propria.

La situazione sembra alquanto diversa quando la vendita di prodotti con marchio industriale non sia accompagnata da campagne nazionali di pubblicità. In questi casi l'uso di una marca da parte del produttore ha la funzione primaria di consentire la identificazione del prodotto in modo che, se di gradimento dei consumatori, possa essere da questi riacquistato. Una situazione siffatta non sempre esclude del tutto qualsiasi forma di pubblicità; questa di solito viene ristretta o ad alcune aree soltanto, o accentrata nei punti di vendita presso i quali ha luogo la maggior parte delle vendite. La situazione descritta si verifica assai spesso nelle imprese industriali di dimensioni medie o all'inizio della loro attività produttiva. In tali casi uno sforzo pubblicitario di grandi dimensioni potrebbe essere sproporzionato alle prospettive di vendita immediate o di breve termine; l'adozione di un marchio consente tuttavia all'impresa di non escludere la eventualità che, qualora il marchio dovesse affermarsi, e la qualità del prodotto venisse apprezzata dai consumatori, specie se in un mercato fortemente concorrenziale, in fase fortemente espansiva si possa iniziare una campagna pubblicitaria di largo raggio in modo da consolidare su base nazionale il successo raggiunto negli anni precedenti.

Ora, è proprio in questa situazione che la decisione di vendere parte

della produzione col nome dei rivenditori si pone di assai difficile soluzione. Nell'ipotesi che le unioni volontarie ed i supermercati dimostrino una preferenza all'approvvigionamento con marchio commerciale, ma lascino libera della scelta l'industria, i termini della scelta possono porsi come segue :

- a) Accettare che il prodotto venga venduto con marca diversa da quella dell'industriale.
- b) Mantenere la posizione della marca propria.
- c) Accettare che il prodotto venga distribuito con marca commerciale purchè venga apposta sulla confezione anche la marca industriale.

La vendita di una parte della produzione con marchio commerciale va considerata separatamente secondo che la marca sia quella di unioni volontarie o di supermercati. Nella prima ipotesi, come già accennato, poichè esiste l'intermediazione grossista, per il tramite di queste imprese si rende possibile anche lo smercio di una parte della produzione destinata alla vendita ai dettaglianti non associati e che può quindi essere distribuita con la marca industriale.

I rischi più gravi ai quali va incontro l'industria che optasse per tale scelta sono la eventualità che il grossista abbandoni il contratto per rivolgersi ad altri industriali e la reazione che si potrebbe avere da parte di altri grossisti nell'ipotesi che, identificando i consumatori nel prodotto venduto con marca commerciale quello stesso venduto presso altri dettaglianti con marca industriale, si rendesse palese una discriminazione di prezzi.

Il rischio dell'abbandono da parte del grossista rappresenta, ad evidenza, un inconveniente notevole. I contratti di fornitura in questi casi vengono stipulati per brevi periodi di tempo — un anno al massimo — e qualora un'industria concorrente offra condizioni migliori di quelle preesistenti, il grossista può essere indotto a cambiare il fornitore. In questo caso l'industria che per prima aveva aderito all'iniziativa subisce l'onere dell'avviamento commerciale del prodotto a vantaggio dell'unione volontaria e del concorrente più forte. La clientela dettagliante è irrimediabilmente perduta, mentre i consumatori non subiscono alcun danno poichè, supposta la confezione perfettamente identica, probabilmente non avvertiranno neppure le ineliminabili, se pur piccole, differenze qualitative.

E' difficile pensare che contro questo pericolo vi possa essere qualche valida possibilità di difesa contrattuale; sembra piuttosto che il ri-

schio possa essere ridotto al minimo in funzione della fiducia nella correttezza commerciale dei grossisti, e che quindi sia legato ai rapporti personali tra venditore e compratore.

L'altro rischio insito nella natura di questa politica di vendita è come si è detto la reazione dei grossisti che trattano il prodotto di marca industriale. Occorre in proposito ricordare quanto si è già detto circa la politica di prezzi che accompagna la politica delle « private brands ».

Consegue da quanto esposto che, identificato lo stesso prodotto in due produzioni differenziate nel nome e discriminate nel prezzo, i grossisti che trattano il prodotto di marca industriale potrebbero rifiutarsi di trattarlo ulteriormente.

La vendita diretta ai supermercati con marca commerciale ha aspetti diversi da quelli indicati per le unioni volontarie. Le caratteristiche gestionali di questi dettaglianti creano infatti la necessità di offrire ai consumatori una vasta scelta di marche diverse dello stesso prodotto. Come già si è detto, è alquanto diffusa la consuetudine di affidare al prodotto con marca commerciale una funzione di « loss leader » o comunque quella di articolo di grande smercio. In questo caso, se i supermercati non accettassero di acquistare quel prodotto tanto con la marca industriale che con quella commerciale, il solo vantaggio che deriverebbe all'industria sarebbe quello esprimibile in termini di volume di vendite; un successivo tentativo di ripresentare lo stesso con marca industriale in aperta concorrenza con le marche già affermatesi difficilmente potrebbe aver successo. E se i supermercati rappresentano un importante sbocco alle vendite del prodotto ogni tentativo di reinserimento difficilmente avrebbe successo.

Se si vogliono tirare le fila di quanto si è andato dicendo fino a questo momento, si può affermare che le imprese che non avendo una pubblicità nazionale vendano parte dei loro prodotti con marca commerciale a fronte dei rischi indicati hanno il sicuro vantaggio di un'azione promozionale diretta da parte dei distributori che si traduce spesso in volumi di vendita non facilmente raggiungibili in caso contrario.

Per inciso si nota che, mentre nell'ipotesi esemplificata è stata considerata un'impresa che non pubblicizzi i prodotti su scala nazionale, nella pratica non sono poche le grandi imprese che vendono taluni prodotti alle unioni volontarie per la distribuzione con etichetta commerciale. Senza fare riferimento ad imprese del nostro Paese, si ricorda il caso della Heinz Co. che dopo un secolo di vendite di soli prodotti con marca nazionale è entrata recentemente nel settore delle marche private. (« Supermarket News », del 17 maggio 1965).

Ciò significa che anche le grandi industrie possono trovare conveniente, almeno per taluni prodotti, la vendita con « private brand », a parte la maggior forza contrattuale di questi operatori rispetto a quelli di più modeste dimensioni.

* * *

I rischi connessi alla vendita con « private brand » non si manifestano, almeno nella stessa intensità, quando la vendita viene fatta con la marca industriale. E' chiaro che, se il prodotto si affermerà rapidamente con la marca del fabbricante sarà assai più difficile per i grossisti estrometterlo dai loro ordinari approvvigionamenti per sostituirlo con prodotto con marca propria. Nulla può escludere però che ancor prima di affermare il prodotto con marca industriale venga introdotto, in concorrenza, un prodotto con marca commerciale, con le conseguenze che è facile dedurre da quanto precedentemente esposto, e sulle quali pertanto non si ritiene necessario soffermarsi.

Una forma di « difesa » può essere trovata dall'industriale nella vendita dei prodotti con il doppio marchio, quello commerciale e quello industriale, sia pure in confezioni speciali, del che si è già detto precedentemente.

Se pure sembra che, nonostante la riservatezza che circonda questa materia, numerose siano ormai le aziende di grande dimensione che alimentano la diffusione delle marche commerciali, il problema tocca più da vicino, come si è già detto, le imprese medie e piccole.

In un'epoca in cui le concentrazioni aziendali sembrano un'esigenza di sopravvivenza, le imprese minori che riescano a raggiungere dimensioni almeno sufficienti a competere con le maggiori dal punto di vista dei costi di produzione si trovano ugualmente in posizione di inferiorità se riguardate dal punto di vista commerciale.

In questo senso l'intermediazione grossista potrebbe essere chiamata a nuovi compiti con una funzione che ripetesse a monte del processo distributivo quanto già viene fatto nei confronti delle aziende dettaglianti. Così come il grossista nelle unioni volontarie si assume, tra le altre, la funzione di unificare gli approvvigionamenti di centinaia di aziende dettaglianti, consentendo a queste di sostenere la concorrenza del grande dettaglio, anche nei confronti dei medi produttori potrebbe farsi promotore di intese di tipo consortile, allo scopo di ripartire tutti gli oneri della commercializzazione su una massa cospicua di prodotti, consentendo una vasta diffusione a prodotti di origini diverse che altrimenti sa-

rebbero destinati a restare nell'anonimato e ad avere modesta diffusione su mercati locali. Si potrà obiettare che per realizzare gli obiettivi esposti si andrebbe incontro a notevoli difficoltà, a causa soprattutto delle ineliminabili differenze qualitative tra prodotti provenienti da industrie diverse. Ma a ciò si potrebbe ovviare sia attraverso l'adozione di alcune norme comuni relative ai processi produttivi (a partire dall'approvvigionamento delle materie prime) sia mediante l'adozione di « family brands » da diffondere su scala nazionale attraverso messaggi unificati ai quali nelle diverse aree di vendita verrebbe affidato il compito di diffondere un « tipo » particolare di prodotto.

Alle aziende industriali che seguissero una politica di vendita così concepita deriverebbero notevoli vantaggi conseguenti alla riduzione dei costi di distribuzione, al maggiore volume di vendita, a talune economie connesse al confezionamento ecc.

Il progredire delle imprese industriali verso dimensioni sempre maggiori è dovuto ad una molteplicità di fattori; ma tre sono le cause che in certo modo si possono considerare prevalenti: a) per i prodotti il cui successo è legato alla ricerca applicata (es. farmaceutici, chimici) gli investimenti di questo tipo richiedono dimensioni veramente eccezionali che non possono essere sostenuti se non da grandissime imprese; b) la concorrenza internazionale impone l'adozione di impianti di dimensioni sempre maggiori che consentono una notevole riduzione dei costi di produzione; c) infine per prodotti nei quali la ricerca non assume un peso determinante ed il marginalismo si manifesta in misura modesta, il graduale aumento delle dimensioni aziendali è dovuto principalmente all'allargarsi dei consumi. In questi casi, cioè, è la possibilità di servire mercati assai vasti che determina l'esigenza di accrescere le dimensioni aziendali.

Nonostante alcuni fenomeni di concentrazione verificatisi nel nostro paese nei più recenti anni, soprattutto per iniziativa di alcuni gruppi finanziari esteri, l'industria alimentare italiana è ancora estremamente polverizzata. Ciò non migliora certamente la tante volte lamentata scarsa efficienza del nostro sistema distributivo. Gli operatori commerciali, e segnatamente i grossisti, potrebbero, come si è già detto, assolvere alla funzione di favorire le « concentrazioni » tra aziende operando soltanto nei confronti della funzione commerciale, e lasciando a ciascuna la propria individualità sul piano produttivo.

Negli Stati Uniti le marche private costituiscono un affare di dimensioni notevoli che sembra destinato a raggiungere proporzioni sempre

maggiori da quando i colossi industriali hanno cominciato ad alimentare le vendite con « private label » ⁽¹⁸⁾. Il discorso fin qui condotto tendeva a puntualizzare principalmente la posizione che di fronte al fenomeno assumono le medie e le piccole aziende industriali; ma non va sottovalutata neppure l'importanza che il fatto assume per la grande industria con marche a carattere nazionale. Quando la grande distribuzione assume dimensioni notevoli, sia per volume di vendita che per diffusione territoriale i supermercati o i grossisti non hanno molte difficoltà a passare da iniziali laboratori per l'analisi merceologica dei prodotti da vendere sotto etichetta propria alle prime linee di produzione o al controllo finanziario di talune industrie che producono articoli importanti per le loro strategie di vendita. In tal modo l'« etichetta commerciale » si trasforma in vera e propria « marca » e gli operatori della grande distribuzione non solo possono superare le difficoltà derivanti dalla polverizzazione degli approvvigionamenti, ma trasformarsi in concorrenti dell'industria maggiore.

LUCIO SICCA

Università di Napoli, Facoltà di Economia e Commercio.

(18) Si veda in proposito: MORSE, L., *The battle of the brands*, in « *Dun's Review and Modern Industry* », maggio 1964, p. 53 ss.

ORIENTAMENTO E DIFESA DEL CONSUMATORE

OBBLIGHI ELEMENTARI

DELLA SOCIETÀ CIVILE

La scienza economica ha sempre rivolto molta attenzione alla materia del consumo, ma è soprattutto in questo periodo che essa dimostra particolare interessamento all'argomento con il sussidio di preziosi contributi anche da parte di biologi, di chimici e di uomini politici ⁽¹⁾. Ciò si spiega facilmente tenendo conto del complesso di problemi che scaturiscono dalla politica di sviluppo, da quella produttivistica e dalla politica sociale. Non è infatti possibile parlare di aumento del reddito pro-capite senza vederne i riflessi sul consumo in rapporto agli accresciuti bisogni della vita di ciascun componente della società; ciò anche se a tali bisogni si potrà provvedere solo quando gli uomini disporranno di un reddito più adeguato. Si sa inoltre che due terzi dell'umanità si trovano nella dura condizione di non poter soddisfare i più elementari bisogni alimentari per tacere di quelli che si riferiscono al vestiario, all'abbigliamento, all'abitazione, all'istruzione, ai trasporti, all'igiene, alla salute.

Il primo problema sta nell'*educazione del consumatore*. Anche coloro i quali ritengono che tale educazione non sia necessaria possono facilmente mostrarsene bisognosi non appena si verifichi uno dei tanti inconvenienti lamentati in ogni tempo, ma più specialmente in questi ultimi anni: frodi, sofisticazioni e cose del genere. Essa dovrebbe cominciare nelle forme possibili: prima nella famiglia poi nella scuola dove si dovrebbe insegnare a conoscere la proprietà di molti alimenti e ad evitare gli sprechi. Non si insegna forse nell'organizzazione scientifica del lavoro a evitare sprechi di energia umana? Non si insegna — o si dovrebbe in-

(1) Nel 1927 pubblicavo un lavoro « sulla nostra politica alimentare ». Era un piccolo contributo alla politica dei consumi nel quadro generale della politica economica. Dieci anni dopo, dalla cattedra e sulla stampa, accennavo alla opportunità che in ogni Stato moderno sorgesse un'associazione di consumatori. Non pensavo allora che nel 1963 sarei stato nominato Presidente dell'Unione nazionale consumatori italiana, ormai decennale.

segnare — ai giovani delle scuole a praticare il risparmio? Perché non si dovrebbe fare altrettanto per ciò che riguarda l'uso (o l'abuso) di certe sostanze e di certi prodotti? Perché non si dovrebbe insegnare a fare buon impiego di certe cose oppure a ben conservarle, a custodirle, a mantenerle convenientemente? Perché non si dovrebbe insegnare a riflettere sulla scelta e sugli acquisti di ciò che ci occorre o ci può essere utile?

Un economista americano — W. C. Mitchell — ha giustamente detto : « l'arte di guadagnare il denaro si è rilevata più progredita di quella di spenderlo ».

Esiste oggi una scienza — quella della nutrizione e dell'alimentazione — che meriterebbe di essere conosciuta non solo da un ristretto campo di studiosi ma, sia pure nelle forme più semplici e di immediata efficacia, da un pubblico più numeroso, a cominciare dai giovani delle scuole medie. Non mi soffermo sui programmi e sui metodi di insegnamento che dovrebbero essere introdotti. Accenno semplicemente al problema della conoscenza della proprietà degli alimenti, dei principi generali dell'alimentazione e dell'igiene e di quanto riguarda la moderazione nella scelta di certi consumi. Non si può non riconoscere l'utilità di essere informati sui riflessi che certi consumi possono avere sulla salute, sull'efficienza fisica, sull'economia stessa di ogni Paese. Né mi riferisco soltanto ai beni alimentari, ma a quasi tutti i beni necessari alla vita degli individui e delle famiglie e delle stesse aziende od organizzazioni di varia natura che caratterizzano il mondo moderno. Infatti consumatori non sono soltanto le persone fisiche, lo sono anche le persone giuridiche.

Tutti questi problemi, e molti altri che indirettamente rientrano in questo studio, devono essere opportunamente agitati sulla stessa stampa di grande informazione.

Dalla stampa e dalla scuola molti utili insegnamenti si trasferiscono nelle famiglie, giungono nelle case, nelle aziende e nelle più vaste comunità. E' vero che le sorti dei consumatori dipendono dall'organizzazione dei mercati per l'approvvigionamento, per gli scambi e per la distribuzione, ma in parte dipendono dal comportamento dei consumatori stessi, dalla scelta dei beni e dal loro uso e impiego, cioè dalla disciplina (o autodisciplina) del consumatore, dalla conoscenza di certe disposizioni di politica del consumo che vanno doverosamente rispettate, siano o no promosse o sollecitate dalle associazioni di consumatori.

La politica del consumo non riguarda solo le sostanze alimentari. Essa abbraccia il campo assai più vasto dei servizi, dell'abitazione, del vestiario, dell'arredamento e di quant'altro serve all'igiene, all'istruzione,

agli svaghi; vi rientra tutto ciò che viene acquistato e consumato dalle singole persone e dalle loro comunità; vi rientrano infine le molteplici forme di servizi di cui si avvale il mondo d'oggi (dai trasporti, alle comunicazioni, al consumo dell'acqua e di varie forme di energia).

L'educazione del consumatore insegna pure a porsi limitazioni, talvolta delle rinunce, e ad orientarsi nel modo più consono alla persona e al gruppo sociale. Su questa educazione e sul comportamento del consumatore possono influire circostanze diverse: esigenze igieniche o di salute, disponibilità finanziarie, condizioni di mercato, equilibrio tra consumo e risparmio. Si può dire che le sorti del consumatore dipendono dall'uso che egli può o sa fare della ricchezza di cui dispone.

Così disciplinando i consumi e la spesa inerente si può realizzare un risparmio, che va ad aggiungersi al risparmio elettivo, che gli economisti definiscono « consumo differito nel tempo ». L'orientamento del consumatore deve rivolgersi al modo con cui impiegare il tempo libero. E' noto a questo riguardo che il tempo libero ha dato vita a ciò che viene chiamato « mercato libero »: cioè l'insieme dei consumi che possono avvenire in conseguenza e in corrispondenza con il tempo libero.

I problemi e gli studi del consumo dovrebbero interessare maggiormente anche gli uomini politici. Si considerino infatti tutte le disposizioni giuridiche o le istituzioni in difesa e tutela nei Paesi progrediti della salute e dell'integrità fisica dei consumatori: dalle leggi sulle contraffazioni, le adulterazioni e le mistificazioni a quelle sull'accertamento, la verifica o il controllo della qualità; da quelle sulla disciplina dei prezzi, a quelle sull'organizzazione dei mercati; da quelle sull'uso di determinate sostanze a quelle sulla conservazione dei prodotti e a quelle che concernono più particolarmente i servizi: non ultimi i trasporti e l'impiego di energie, l'istruzione e l'amministrazione. In qualche Paese esiste una direzione generale dei consumi (quando non vi sia addirittura un ministero del consumo) per un maggiore coordinamento di iniziative e di mezzi in funzione di una integrale azione di difesa e di tutela del consumatore. Ove ciò ancora non esiste, si avverte ugualmente il bisogno di una stretta collaborazione tra i ministeri interessati (dell'industria, del commercio, dell'agricoltura, della sanità, dei trasporti, della marina, del lavoro, dell'istruzione e degli interni).

Molte provvidenze e iniziative realizzate in alcuni Paesi si devono a studiosi, ad associazioni dei consumatori sorte in questi anni, oltre che alla stretta collaborazione che si è stabilita all'interno del Paese tra consumatori e università, e con l'estero e fra le associazioni consumatori sul

piano internazionale. E' da segnalare che rappresentanze dei consumatori sono state chiamate a far parte di importanti consessi come l'ONU e la CEE. A questo fine fra le associazioni consumatori d'Europa è stata creata una organizzazione federativa.

L'educazione al consumo non può infine prescindere dalla conoscenza della particolare psicologia del consumatore (ossia dei vari rami o gruppi di consumatori a seconda della nazionalità, dell'età, del sesso, della condizione sociale ed economica, della professione o dell'attività e dei mezzi di cui il consumatore dispone), per stabilirne l'orientamento.

* * *

Due grossi problemi interessano in particolar modo il consumatore : *l'organizzazione del mercato e i prezzi.*

Questi due problemi vanno considerati nella loro vastità e integralità.

L'« *organizzazione del mercato* » (o dei mercati) vuol considerata : la qualità della produzione (agricola, industriale, artigiana), del processo distributivo (all'ingrosso e al dettaglio) del territorio, del sistema creditizio, dei mezzi di trasporto, delle organizzazioni sindacali, delle istituzioni e dei mezzi di controllo e di disciplina oggi esistenti più o meno in ogni Paese.

Un esame di questa natura non si può limitare alle varie forme di vendita e di acquisto dei prodotti o, peggio, a pochi prodotti di natura alimentare. Bisogna indagare in modo concreto ed efficace su tutto ciò che è oggetto di consumo finale : modi di vendita ivi compresa la pubblicità e la reclamizzazione dei prodotti.

Il credito al consumo può esercitare notevole influenza. Per troppo tempo questo aspetto non è stato visto e considerato come sarebbe stato necessario. A parte una diffusa errata interpretazione circa la differenza tra credito al consumo e credito produttivo (che produce tuttora seri inconvenienti), si è constatata la tendenza a incoraggiare o promuovere soltanto il credito direttamente « produttivo ». Discriminazione che può portare a vari inconvenienti come l'esagerata diffusione delle vendite a rate e la sottrazione alle aziende di credito di un'attività di prestito che è loro ufficio naturale.

Casa e abitazione sono invero un consumo, ma su questo fan base tante attività economiche, industriali ed artigiane. Si fa inoltre grande campagna per la diffusione del libro, ma nessuno pensa al credito per l'acquisto (o il consumo) del libro ! E in un'epoca caratterizzata da tanto progresso tecnologico si può forse contrastare l'uso di apparecchi elettro-

domestici? Si potrà dire al più che si è ecceduto nell'acquisto di beni meno necessari. L'educazione del consumatore deve infatti orientare anche sulle priorità e le scelte dei consumi.

Il moderno fenomeno delle vendite a rate ha dato luogo a discussioni d'ordine tecnico e monetario. Esso va indubbiamente controllato circa le sue dimensioni e i riflessi che ne possono derivare. Non è però facile conoscere la dimensione delle vendite a rate, i protesti cambiari e le insolvenze. Eppure l'argomento meriterebbe maggiori conoscenze e più esatte informazioni per una conforme condotta pubblica e privata.

Il consumatore sarà tanto più difeso quanto più stabile risulterà il valore della moneta: grosso problema del quale si è utilmente ed ampiamente occupato un Convegno organizzato dall'Unione Nazionale dei Consumatori a Torino. Si può facilmente capire ciò che molti in quella sede si sono chiesti e che cosa vi è emerso. Cioè, essendo il prezzo ora causa ora conseguenza del costo, per farne un'analisi bisogna risalire alle componenti stesse di ogni costo: prezzi delle materie prime, tariffe, prezzi dei servizi e della energia, retribuzioni salariali e oneri sociali, trasporti e comunicazioni, canoni d'affitto, tasse e imposte, interesse per i prestiti ottenuti o i capitali impiegati, vendite, spese d'impianto e di manutenzione, spese generali proprie di ogni azienda o impresa.

Quello della qualità è un altro grosso problema su cui non ha mancato di soffermarsi il predetto Convegno di Torino. E vi influisce, come si sa, la domanda esercitata dai consumatori. E' qui che riappare la questione del comportamento del consumatore. Vero è che passando il tempo il consumatore va esercitando un maggiore controllo su se stesso e si dimostra incline a risparmiare sempre che ne sia incoraggiato da una saggia politica economica. A questo punto assume un ruolo determinante il fattore psicologico per l'influenza che può esercitare, in un senso piuttosto che nell'altro, la fiducia negli uomini e negli indirizzi che muovono le leve della politica economica. Insomma il contenimento dei prezzi — e quindi dei costi, perchè costi e prezzi si influenzano vicendevolmente — dipende largamente da fattori politici e sociali.

Non potrei completare questo rapido sguardo sull'accostamento Stato-consumatori senza fare cenno ad un'iniziativa da me auspicata prima ancora della seconda guerra mondiale sull'opportunità di dare maggiore organicità alla politica del consumo (o dei consumi) chiamando a collaborare con lo Stato associazioni destinate a curare, in ogni paese, l'educazione, la rappresentanza, la tutela dei consumatori. Vedevo allora problemi che poi si sono manifestati e rivelati importanti e degni di risolu-

zioni tempestive, giacchè in ultima istanza è sempre il consumo a condizionare la produzione e non il contrario.

Si dice che l'abilità del consumatore consista nell'acquistare bene e a buon prezzo. Ma non sempre i prodotti, specialmente alimentari, sono ben conservati, per tacere delle sofisticazioni, mistificazioni e simili.

Ora, chi può rappresentare, difendere e tutelare il generale interesse del consumatore meglio delle associazioni ad hoc? Quale forza organizzata trova consistenza maggiore di quella che esiste nella massa dei consumatori? E se lo Stato trova utile avvalersi della collaborazione di Associazioni dei consumatori, deve parimenti incoraggiarle e sorreggerle nel loro difficile compito. Chi conosce la storia economica sa in quali forme e con quali effetti siano avvenute più volte gravi esplosioni di malcontento da parte dei consumatori specie in periodi di inflazione, o in casi di carestia per difettosa organizzazione dei mercati o imperfetta o addirittura pericolosa produzione, confezione o conservazione di certi prodotti.

Esistono a tutt'oggi 54 associazioni di consumatori nei diversi Paesi. Sebbene ancora giovani, esse danno segno di operosità e d'iniziativa, così contribuendo efficacemente all'equilibrio dell'ordinamento economico.

Accanto ad alcune opere dovute ad economisti, chimici, fisiologi, esistono oggi pubblicazioni periodiche curate dalle predette associazioni — non ultima quella italiana — che meriterebbero più larga diffusione.

Lo Stato ha interesse ad avvalersi di questa utile attività informativa delle associazioni di consumatori per disporre meglio i suoi interventi. Ciò è stato riconosciuto lo scorso anno in Campidoglio dove si riunirono gli esponenti delle associazioni europee, (cioè: *Belgio*: Association des Consommateurs e Union Féminine pour l'information et la défense des consommateur; *Francia*: Organisation Générale de la consommation et Union Fédérale des consommateurs; *Germania*: Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände; *Italia*: Unione nazionale dei consumatori; *Lussemburgo*: Union luxembourgeoise des consommateurs; *Paesi Bassi*: Nederlandse consumerbond e Nederlandse huishoudraad, oltre a una rappresentanza della FAO). Dette organizzazioni fanno parte del Bureau Européen des consommateurs aderente al MEC e all'International Office of Consumers unions, che ha sede all'Aja.

Senza ricordare i problemi particolari segnalati o emersi nelle ricordate riunioni a carattere internazionale, voglio citare appena quanto avvenuto in congressi recenti che hanno avuto luogo in Italia.

Nel convegno degli elettrodomestici (tenutosi a Milano) non si è parlato solo della qualità di questi strumenti indispensabili alla casa moder-

na o dei prezzi cui essi vengono venduti al consumatore: si è entrati nei dettagli tecnici, come la sicurezza di chi è chiamato a farne uso, giacchè ogni anno si verificano diversi infortuni con casi mortali, dovuti a difetto di impianto e a inesperienza dei consumatori.

In un successivo convegno sulle prospettive economiche nei prossimi 10 anni molti oratori, se non tutti, hanno avuto accenni assai opportuni ai consumatori confermando lo stretto rapporto esistente fra produzione e consumo. In un convegno sulle misure e sulle iniziative atte a favorire le esportazioni, più volte sono affiorati interessanti accenni ai consumatori. Più recentemente, in occasione del convegno degli economisti italiani, durato tre giorni, su problemi riguardanti i prezzi, i mercati e le caratteristiche delle imprese pubbliche e private, non poche volte sono stati toccati argomenti interessanti il consumo e i consumatori.

Mi limito a questi esempi, ma potrei citare congressi internazionali nei quali si è discusso con impegno del problema delle vendite a rate, dell'inflazione, delle strutture creditizie, della produzione agricola, o dei problemi moderni riguardanti la nutrizione, l'alimentazione e infine dei problemi della pubblicità, dei prezzi amministrati e imposti, delle strutture distributive, per non dire di tutti i problemi derivanti dall'automazione, come la riduzione della giornata e della settimana lavorativa, da cui il fenomeno moderno del tempo libero e da questo il cosiddetto « mercato libero », creato o alimentato dai consumi di lavoratori o pensionati nel periodo in cui utilizzano il tempo libero. Fenomeno questo che influisce profondamente sulle stesse strutture economiche.

Nè ho accennato ai problemi riguardanti i servizi; trasporti, energia elettrica per illuminazione, riscaldamento e soprattutto per lavoro, servizio dell'acqua ecc. A questo ultimo riguardo l'associazione consumatori italiani ha promosso e tenuto a Milano una tavola rotonda per la discussione intorno ad un tema che non è nuovo, ma sta diventando preoccupante. A giudizio degli scienziati di molti Paesi, l'acqua risulta sempre più scarsa per gli usi alimentari. Per giunta è spesso inquinata. Non è un mistero che si sono dovuti chiudere, anche in Italia, molti pozzi. Di qui le iniziative surrogatorie come l'utilizzazione dell'acqua del mare mediante desalinazione. Le pubblicazioni universitarie e delle istituzioni specializzate insieme a quelle delle associazioni consumatori, valicando i confini del proprio Paese, fanno conoscere sempre più largamente fra il pubblico e alle varie organizzazioni iniziative e studi intesi a risolvere vecchi e nuovi problemi in favore dei consumatori.

Purtroppo l'interesse ai problemi del consumo non si manifesta in uguale misura in tutti i Paesi: ci vorrà tempo e pazienza perchè ovunque si sviluppino uniformemente associazioni. Ciò dipenderà dalla comprensione dei singoli governi, dai mezzi che questi porranno a disposizione per lo studio e la disciplina dei prezzi, per il controllo e la verifica della qualità, per l'inserimento di adeguate rappresentanze dei consumatori nei vari organismi istituiti a cura di questo o di quel Ministero, di questo o di quell'Ente pubblico o privato e infine dall'interessamento che verrà dimostrato o spiegato dai parlamentari ai problemi sempre più complessi del consumo di beni e servizi.

ODDONE FANTINI

Università di Roma, Facoltà di Economia e Commercio.

FANTINI, Oddone: *Die Ausrichtung und Verteidigung des Konsumenten, eine elementare Verpflichtung der bürgerlichen Gesellschaft.*

Der Autor, der auch Praesident der nationalen, italienischen Vereinigung der Konsumenten ist, beabsichtigt mit dieser Abhandlung vor allem, die Bedeutung, die dem Studium des Konsums beizumessen ist, ins Licht zu rücken und vertritt die Ansicht, dass nunmehr von allen anerkannt wird, dass es der Konsum ist, der die Bedingungen fuer die Produktion schafft und nicht umgekehrt. Im wesentlichen beharrt er auf der These, dass der Staat sich gleichzeitig um die Erziehung, die Ausrichtung und die Verteidigung des Konsums sorgen muss und er erinnert an den Ausspruch eines amerikanischen Wirtschaftswissenschafters, nach dem « der Mensch bewiesen hat, erzeugen zu koennen, dass er aber noch nicht weiss, zu konsumieren ».

Der Verfasser, der durch mehr als 25 Jahre hindurch die Notwendigkeit der Gruendung von Konsumenten - Organisationem in allen Laendern verfochten hat, beschreibt die wichtigsten Funktionen dieser Organisationen, nicht zuletzt Aufgabe hinsichtlich der Struktur des Marktes, er erwaeht die grundsatzlichen Probleme des Konsums der Gueter und Dienstleistungen in der modernen Gesellschaft: Probleme, die nicht nur in Qualitaet und Preisen bestehen, sondern auch in der Art der Produktion und der Verteilung der Gueter an die Konsumenten. In diesem Studium wird die Nuetzlichkeit einer engeren Zusammenarbeit zwischen den Wirtschaftstreibenden und Konsumenten hervorgehoben: eine Zusammenarbeit, aus der sich beachtliche Vorteile und Impulse fuer den Fortschritt und Wohlstand ergeben koennen.

NOTIZIE INEDITE SULLA SIDERURGIA LOMBARDA E DEL RESTO DEL REGNO ITALICO IN UN'INCHIESTA DEL 1807

1. — Carlo Dossi amava flagellare la « poltroneria erudita ». In uno dei suoi quaderni turchini si legge: « Alcuni vanno a disotterrare (...) insignificanti notizie (con ad esempio liste di Canonici ignoti) dandole per scoperte di storia; altri pongono i punti e le virgole ad antiche scritture, che meglio varrebbe lasciar finire dai topi (...) o illustrano sassi o padelle con intaglio di rame » (1).

Un saggio come quello che sto per scrivere, dedicato alla paziente ricerca, nel tempo napoleonico, sia di quanto restava fra noi delle antiche glorie siderurgiche, sia di quanto vivacchiava a sussidio delle fattorie, sia di quanto sembrava cercar vita nuova; un saggio dove si dovranno quindi catalogare non soltanto dignitose ferriere, ma pure i magli sperduti fra le rogge di pianura, i maglietti imbucati presso il fienile di certi cascinali, e persino gli umili fabbri, i quali un po' lavoravano di martello in oscuri bugigattoli, un po' di vanga o di falce sotto il lungo e lento sole dei campi; un saggio insomma, dove, pur se non si registrano canonici sconosciuti, si annotano anche esigui villaggi, meschine frazioni e ancor più poveri mestieri, potrebbe certo temere critiche simili a quelle del Dossi. Potrebbe temerle, se non si considerasse un documento di lavoro, un semplice rapporto su una ricognizione di campagna, volto a cercar d'intendere, comune per comune, quale fosse la realtà ferraria. Accanto alle scarse, solenni e, per solito, parziali sintesi d'allora — in cui l'imprecisione, la fretta e il sussiego non poche volte si davan la mano — le rustiche notificazioni comunali che andremo sfogliando recheranno brevi notizie di prima mano, a volte preziose, a volte confuse, a volte troppo sommarie o reticenti, a volte pittoresche; ma sempre, aggiungendo la dimensione locale ai « tableaux »

(1) *Note azzurre*, Milano, 1964, vol. I, pag. 275, n. 2754.

generali ⁽²⁾, tanto di moda in quel tempo, contribuiranno a dare qualche migliore risalto e consistenza alla scena siderurgica del primo Ottocento.

2. — Erano passati due anni da quando Napoleone s'era incoronato re d'Italia. Melzi era gran cancelliere, e Ludovico Arborio di Gattinara, marchese di Breme, ministro dell'interno. Da un anno il Veneto era stato unito al Regno Italico; da pochi mesi era stato decretato il blocco continentale e s'erano avviate le campagne di Spagna, con notevole partecipazione d'italiani. La guerra contro la Russia e la Prussia stava concludendosi; dopo Eylau, Jena e Friedland, ci si avvicinava alla pace di Tilsit.

Le autorità milanesi ritennero giunto il momento per una minuta inchiesta sullo stato del reame al 15 luglio del 1807. Si ordinò ai sindaci ed ai podestà di rispondere a un lungo questionario, diviso in cinque parti: 1) popolazione; 2) agricoltura; 3) arti, mestieri e commercio; 4) stabilimenti pubblici [di assistenza e beneficenza]; 5) morale pubblica [crimini, arresti e cause civili].

Non tutte le risposte giunsero in fretta. Ancora nel marzo del 1808 si dovevano estorcere sgrammaticati riscontri ai sindaci più pigri. Nell'aprile del 1808, Urbino, Ancona, Macerata, Camerino ed Ascoli Piceno si aggiungevano al regno che poteva così estendersi dalle Alpi al Tronto, per un terzo dell'Italia, con quasi sette milioni di abitanti. Altri questionari vennero quindi a integrare quelli precedenti.

Nè il Gattinara, nè il suo successore Luigi Vaccari ⁽³⁾, nè i memoralisti del tempo, seppero trarre buon succo dall'inchiesta fra il 1808 ed il 1811, gli anni dell'apogeo napoleonico ⁽⁴⁾. Poi l'economia si tacque. Venne il 1812 con la catastrofe in Russia; il 1813 con i disastri di Germania, di Spagna, d'Olanda e di Svizzera; il 1814 con le ultime battaglie di Francia e l'abdicazione fra gli alterchi di Fontainebleau.

Il carteggio e la raccolta delle risposte al questionario del 1807 sono ancora serbati in quarantacinque custodie dell'Archivio di stato di Milano ⁽⁵⁾. Per indicarle userò la sigla SPM. Così, ad esempio, SPM 1175 rinverrà alla cartella n. 1175 del fondo *Studi, Parte Moderna*, di tale archivio. La sigla MGN, seguita dal numero della cartella, rinverrà invece al fondo *Ministero della guerra napoleonico* del medesimo archivio.

(2) Il primato è forse tenuto da una tabella relativa a Gubbio, lunga e larga quanto un lenzuolo per un letto a un posto e mezzo.

(3) Dal 10 ottobre 1809.

(4) Segnato, nel 1809, dal trionfo di Wagram e dalla pace di Schönbrunn.

(5) Desidero ringraziare il prof. Alfio Natale, direttore dell'archivio, per la sempre tanto cortese sua ospitalità, e l'assistente all'aula degli studi, sig. Enrico Gavazzoni, che ebbe, per primo, a segnalarmi i buoni indizi offerti da tali fondi.

3. — La terza parte (« Arti, mestieri e commercio ») del questionario è la sola ad interessarci. Ecco le sue domande e le principali osservazioni che suscitano:

a) *Quali sono i principali rami d'industria in codesto comune?*

Con « rami d'industria » il ministero intendeva alludere alle attività produttive *non* agricole. L'agricoltura era già stata, infatti, oggetto della seconda parte. Ma, nella grande maggioranza, questo non fu capito. Troppe volte si rispose: « L'agricoltura ». Oppure si ridussero ad inezie: « due pessimi sarti », « una bettola d'osteria », « allievi dei vitelli », un medico, facchini, « l'esercizio del foro », postiglioni, vetturali, « artieri miserabili », l'emigrazione, e così di male in peggio. In pochi casi la giusta nota: « Tutti meccanici », significava totale assenza di « manifatture » e umili attività di piccoli contadini-artigiani.

b) *Il prodotto di ciascheduno dei suddetti rami d'industria viene egli consumato nel comune, oppure in qualche altra parte del Regno, o ne viene spedito all'estero?*

Nella confusione si annotarono varie volte, a questo punto, esportazioni agricole.

c) *Se ne viene spedito all'estero, quale ne fu la quantità spedita negli ultimi tre anni?*

Suscita perplessità nel lettore, come dovette destarla nel compilatore: esportazione annua media del triennio o totale? Seguirò la seconda ipotesi.

d) *Quante manifatture esistono in codesto comune?*

Manca la definizione di « manifattura ». Alcuni, rivolgendo il pensiero al fabbro o al calzolaio locale, li annotano; altri li omettono, usando come criterio minimo « l'edificio » o la fabbrica, con macchine di qualche sorta. A volte, due telai sono registrati come due manifatture.

e) *Qual è l'oggetto di ciascheduna di codeste manifatture?*

Non pochi rispondono confondendo la merce fabbricata con il movente: « Per guadagnarsi il vitto ».

f) *Qual è il numero degli operaj che vi sono impiegati?*

Quando vi lavorano i familiari del padrone non s'accennava ad alcun numero. Spesso si rispondeva vagamente: « pochi » « molti ».

g) *Qual è il prezzo giornaliero della mano d'opera?*

Molti riportano qui, sbagliando, il salario quotidiano dei lavoratori della terra. Quanto alle attività siderurgiche e parasiderurgiche: 1) i fabbri lavoravano a fattura (alcuni sindaci specificano l'impossibilità di rispondere,

altri sembrano annotare un valore ⁽⁶⁾ corrispondente al guadagno medio approssimativo); 2) anche nelle vere « manifatture siderurgiche » (forni, fucine grosse, magli, ecc.) si lavorava a cottimo, e quindi l'equivalenza diaria, allorchè veniva annotata, era sempre ipotetica.

Indicherò, quando possibile, il *guadagno giornaliero*, stimato e medio, *in soldi o lire milanesi, convertendo, se occorre, i valori in moneta diversa* ⁽⁷⁾. Per non moltiplicarmi in parole, userò anche le seguenti abbreviature:

- | | |
|----------------------------------|--|
| (5 op. a 26 s) | cinque operai con guadagno giornaliero di 26 soldi milanesi. |
| (5 op. eq. 26 s) | idem, ma <i>equivalenti</i> a 26 soldi mil. |
| (U 25 s; R 12 s) | guadagno giornaliero: 25 soldi mil. gli uomini, 12 i ragazzi. |
| (M 50 s; LV 23 s; SL 12 s) | guadagno giornaliero: 50 soldi mil. per il maestro, o docimastro o lav. di I classe; 23 soldi mil. per il lavorante o lavorente o lav. di II classe; 12 soldi mil. per il sottolavorante, o subalterno o lav. di III classe o braschino o garzone. |
| (2 M 50 s; 2 LV 23 s; 2 SL 12 s) | idem, specificando due maestri, due lavoratori e due braschini. |

h) *Qual è stata la mortalità fra gli operaj di ciascheduna manifattura nei tre ultimi anni?*

Non mancarono sindaci che equivocando, e levando gli occhi al cielo, scrissero: « La moralità per quanto ci è noto, è stata ottima ». In qualche modulo, il proto stesso ha addirittura sostituito « mortalità » con « moralità ».

4. — L'accuratezza delle risposte mutava, non solo di dipartimento in dipartimento (quelli già del dominio di S. Pietro, erano, ad esempio, molto accurati), ma di cantone in cantone. La solerzia dei funzionari di prefettura e periferici contava certo molto. I fogli di molti comuni vicini furono purtroppo a volte compilati dalla stessa mano ⁽⁸⁾.

Conformemente a quanto ho scritto nel commentare le domande, le notizie fornite sono utili solo per quanto affermano. I silenzi possono, a volte, solo significare trascuratezza, incomprendione, disattenzione o fretta ⁽⁹⁾. Un

(6) Lo indicherò solo quando tale prezzo sembrerà specifico per il ferraro.

(7) Ricorrerò alle equivalenze seguenti: L. 1.000 mil. = L. 767,52 italiane, ossia L. 1000 italiane = L. 1302,90 milanesi. Mille lire venete erano pari a L. it. 511,60 e quindi a L. 665,22 milanesi.

(8) Riducendo la sicurezza dell'informazione locale e, per solito, usando frasi uguali e generiche.

(9) Tranne casi particolari mi contenterò — in questa occasione — di riferire le notizie dell'inchiesta, senza correggerle o riempirne i vuoti.

ferraio, ad esempio, era riguardato da qualche sindaco un artiere così comune da non meritare notizia. Un altro sindaco teneva invece ad elencare con diligenza gli artigiani del suo borgo, e dedicava inchiostro anche al fabbro.

Nè si poteva pretendere rigore terminologico. Si legge confusamente di fabbri, di « fabbri di martello », di « fabbri di lavoro grossolano », di fabbri di ferriera, di ferrari, di ferrai, di magnani. A volte si legge « fabbro » o « fabbri » ⁽¹⁰⁾ dove avrebbero dovuto scrivere « fucina » od anche « maglietto » o « maglio » o « battiferro ». Per questa ragione, ed anche perchè il raccogliersi di vari « fabbri » intorno a un solo campanile non fu spesso senza significato metallurgico, segnerò in nota, per i soli dipartimenti lombardi, i « fabbri » specificati nelle notificazioni. Per serrare il testo, userò le altre seguenti abbreviature (supponendo un immaginario comune di Vico):

Vico un fabbro

Vico (*) fabbri, ma in numero imprecisato

Vico (3) tre fabbri

Vico (3a) tre fabbri, i quali tuttavia — lo attesta il sindaco — per la maggior parte dell'anno lavoravano da contadini. Quando si tace in proposito, non si vuol dire affatto che gli altri ferrai del contado non usassero lavorare nei campi o non facessero anche altri mestieri. Un curioso « ferraio che è anche pizzicagnolo » era, p. es., ricordato a Guardamiglio.

In questa occasione non mi addenterò nei raffronti tra quanto viene a risultare dall'inchiesta del 1807 ed altri ragguagli anteriori o successivi. Riguardo ai distretti dell'antico stato di Milano rinvio, per gli antecedenti, almeno alle appendici V, VI e VIII del secondo volume del mio *Imprese lombarde nella storia della siderurgica italiana (Il ferro milanese tra il 1450 ed il 1796, Milano, 1963)*. Per gli altri dipartimenti, mi terrò a pochi accenni intesi a segnalare le maggiori possibili lacune e le perplessità degne di qualche nota.

A) LOMBARDIA

A 1) Dipartimento dell'Agogna (SPM 1151)

5. — Nella cartella del dipartimento novarese, che includeva la Valsesia orientale e settentrionale, mancano tutti i moduli delle risposte comunali. In un prospetto che dovrebbe forse riepilogarle (SPM 1136), si legge tuttavia, per ciascun distretto:

(10) Qualificati anche « artisti », « artefici » o « artieri ». Anche i dipendenti di grosse fonderie e di magli — di Pontevico, ad esempio — furono a volte chiamati fabbri.

| | <i>Domodossola</i> | <i>Varallo</i> | <i>Arona</i> |
|----------------------------|--------------------|----------------|--------------|
| Magli (attrezzi rurali) | 1 | 3 | 3 |
| Fucine | | | 1 |
| Fabbriche d'armi da taglio | | | 4 |
| Miniere di ferro | 5 | | 1 |

Simile statistica — che lascia dubbiosi — dichiarava d'escludere le « fabbriche » con due o tre operai soltanto.

A 2) Dipartimento del Lario

6. — Quattro importanti distretti componevano questo dipartimento :

DISTRETTO I - COMO (SPM 1159)

Cantoni I, II e III - Como e S. Fedele.

Nulla, quanto a vera siderurgia ⁽¹¹⁾.

Cantone IV - Erba ⁽¹²⁾.

Merone: un maglietto con 2 operai.

Cantone V - Cantù ⁽¹³⁾.

Si foggia « broccheria minuta o stachette » a *Cantù*, a *Montesolaro* di *Carimate*, a *Figino Serenza* (10-12 botteghe dove i maschi lavorano chioderia minuta) e a *Novedrate* (« Porzione de' contadini in tempo d'inverno atende a fabbricare brochette [il prodotto] viene inoltrato alla capitale del Regno »).

Cantone VI - Appiano ⁽¹⁴⁾.

Nulla.

DISTRETTO II - VARESE (SPM 1160)

Cantoni I ÷ V - Varese ⁽¹⁵⁾, *Tradate* ⁽¹⁶⁾, *Angera*, *Gavirate* e *Cuvio*.

Nulla.

Cantone VI - Viggiù.

Valganna con *Ghirla*: un maglio (12 ÷ 15 op. quando l'acqua era abbondante). Nel 1807 vi lavoravano 5 operai, a fattura.

(11) Nel II cantone: Fabbri a *Bregnano* (2), *Cadorago* (2), *Cermenate* (*), *Ródero* (1a), *Uggiate* (1a). Per *Como* (città, borghi e Corpi Santi) si hanno solo accenni a ferrai comuni.

(12) Tre ferrari ad *Anzano* [del Parco].

(13) Un fabbro (1a) a *Cremnago d'Inverigo* ed una bottega d'armarolo, con due artigiani, a *Intimiano* (schioppi da caccia). Nulla quanto ad *Arosio*, dove pur si aveva memoria d'una frazione *Ferrera*.

(14) Fabbri a *Guanzate*.

(15) Un maglio da rame a *Varese* e un fabbro a *Bizzozero*.

(16) Fabbri ad *Azzate* (3), *Castronno* (1) e *Venegono superiore* (2).

Cantone VII - Maccagno superiore.

Nel capoluogo un maglio con 2 lavoranti, e 2 ferrari. Erano tutti « principali », cioè padroni, e martellavano attrezzi rurali e ferri per l'edilizia e per la casa. Il maglio era minacciato, insieme con 3 mulini e 4 segherie, dal rischio d'acque di rapina ⁽¹⁷⁾.

Cantone VIII - Luino ⁽¹⁸⁾.

Cunardo: un maglio da ferro.

DISTRETTO III - MENAGGIO (SPM 1161)

Cantone I - Menaggio.

Grándola: forno da ferro dei fratelli Campioni (6 op. a 30 ÷ 50 s, durante tutto l'anno). Si aggiungevano 9 operai durante due mesi.

Cantoni II e II - Bellagio e Gravedona.

Nulla.

Cantone IV - Dongo ⁽¹⁹⁾.

Dongo: un forno con due fucine. Vi si fondeva il ferro ed il rame, e vi si lavorava « il ferro in ladino » (120 op. a 30 s).

Si avevano due fabbriche di ombrelli a Musso (2 op.) ed a Cremia (recentemente introdotte, con 6 lavoranti a 30 s). I prodotti di Cremia si vendevano nel Regno ed all'estero.

Cantone V - Porlezza ⁽²⁰⁾.

Porlezza: due fucine per il ferro sottile e per i cerchioni di carrozza e carro, più una chioderia (40 op.). « Li maestri delle suddette fabbriche si pagano L. 4 più o meno secondo l'incontro del prodotto ». A S. Nazzaro si coltivava una miniera di ferro (60 min. a 40 s).

DISTRETTO IV - LECCO (SPM 1161)

Cantone I - Lecco ⁽²¹⁾.

Lecco: si accenna solo a « ferri di commercio ». Le opere siderurgiche

(17) I padroni dei boschi di Biegno e della già elvetica Indemini tagliavano gli alberi in pezzi troppo lunghi e li riversavano nel torrente Giona in eccessiva quantità. « Fecero [così] delle serre che scoppiando furiosamente cagionarono gravissimi danni » ai migliori terreni della pianura, minacciando il maglio, ecc.

(18) Fabbri a Germignaga (4), Luino (*) e Marchirolo (*).

(19) I maschi di S. Siro di Santa Maria Rezzonico andavano a fare il ferraro nelle città del regno tornando « nel verno ai nativi focolari ».

(20) I maschi di Cavargna, S. Bartolomeo, Carlazzo e Corrido, « vanno per il mondo nel regno » a fare il magnano. « Tutti li anni vengono alle loro case, consumando nelle loro famiglie i loro guadagni ».

(21) Deve notarsi come i salari dei luoghi adiacenti si contraddicano quanto ai

davano ricchezza ai suoi rioni ed alle sue odierne frazioni. A *Castello* si notavano un edificio per colare il ferro (4 op.); due fucine di ferro ladino (4 op.) e dodici trafilie (10 op.). A *Olate* tre fucine (U 25 s; R 12 s). Ferro « per ogni uso occorribile ai ferramenti » a *San Giovanni alla Castagna* (58 op.; U 25 s; R 10 s). Si citavano, in particolare, catenami e serrature. I prodotti di S. Giovanni si mandavano a Milano, Bergamo, Brescia e altrove, ma non oltrefrontiera. *Rancio* fabbricava manifatture di ferro per il regno (Milano, Bergamo, Brescia, Romagna, Senigallia, ecc.) e per Genova. Nel triennio se ne esportarono 65 q. Contava quindici edifici ed officine, massimamente operose nel filare il ferro. Un operaio ⁽²²⁾ vi guadagnava 25 soldi; un ragazzo 7 soldi e mezzo. A *Laorca* si filava il metallo e vi si facevano catene, fibbie, incudini « e tant'altri ferri » (140 op.; U 25 s; R 7 s). Il tutto si vendeva alla maniera di Rancio, raggiungendo però anche Torino. A *Germanedo* era attiva un'officina di ferri da taglio (4 op. a 40 s).

Verso Mandello, a *Somana*, una fucina grossa (12 op. a 40 s).

Cantone II - Taceno ⁽²³⁾.

Si leggono appunti siderurgici nei fogli di *Barzio* (ferrarezza; 10 op. a 25 s); *Introbio* (due altoforni e quattro fucine con particolare produzione di chiodi; 80 op. a 30-40 s); *Primaluna* (una chioderia; 6 op. per una parte dell'anno, con cottimo di 15 soldi ogni 10 chili di chiodi); *Cortabbio* (una chioderia; 20 op. per una parte dell'anno con cottimo uguale); *Cortenova* (« travaglio di chiodi » e di attrezzi rurali; 39 op. a 30 s) e *Taceno* (una fucina per attrezzi rurali con 13 operai a fattura; circa 25 soldi?).

A *Premana*, nell'alto Varrone, fiammeggiavano due altoforni e tre fucine per ridurre il ferro in chiodi e altri prodotti. Circa 80 op. non del comune. I lavori « restano sospesi per vario tempo fra l'anno ». Il sindaco, Antonio Piatti, scriveva una frase che dovrebbe far cadere in deliquio un moderno burocrate: « Resta col dispiacere di non poter dare una notizia [ammontare dei salari] che riguarda il solo interno interesse delle famiglie proprietarie e lavoratrici. Sa però che gli operai sono pagati in proporzione del lavoro che fanno ».

Cantone III - Bellano.

Nulla.

ragazzi. La stima delle medie era quindi ben grossolana. Si conferma il dubbio che il guadagno giornaliero non abbia significato per gli addetti alla siderurgia (di solito a fattura) ma per le altre attività locali. Si avevano fabbri a Chiuso di Lecco (2), a Belledo di Lecco (1) e a Lierna (2).

(22) Scritto male il numero degli operai; forse 120.

(23) A Pessina di Primaluna il solo padrone lavorava in un'officinetta di « parpagli » (mastietini ad alia) per serramenti.

Cantone IV - Asso ⁽²⁴⁾.

Fabbri specializzati in lame (coltelli e forbici) si avevano a Canzo, Civenna (due) e Sormano (alcuni). Una terza bottega di Civenna lavorava ferri chirurgici.

Cantoni V, VI e VII - Oggiono ⁽²⁵⁾, *S. Maria Hoè* ⁽²⁶⁾, e *Missaglia* ⁽²⁷⁾.

Nulla.

A 3) Dipartimento dell'Olona

7. — Scarsissimo di notizie davvero siderurgiche nelle sue due cartelle SPM 1167 e 1168. Vi avverte solo un maglio fra i pascoli d'*Albignano*, con tre operai che, naturalmente, lavoravano a fattura. Nella minuta folla dei fabbri spicca il gruppetto inconsueto degli otto ferrari nella brughiera di *Ferno*, tra Busto e il Ticino, e gli altrettanti operai che fabbricavano spilli in quattro bottegucce di *Concorezzo*.

Quanto a *Milano*, uno specchio del 30 settembre 1804 indicava 886 addetti alle più modeste lavorazioni del ferro:

| | Padroni | Lavoratori |
|-------------|-----------|------------|
| Milano | 257 | 545 |
| Corpi Santi | 48 | 38 |
| | <hr/> 305 | <hr/> 583 |
| | <hr/> | |
| | 888 | |

Nelle « fabbriche » milanesi si potevano quindi contare, in media, un padrone e due operai.

Un primo giro intorno alla metropoli ambrosiana ci avrebbe fatto incontrare molte officinette di più modesti ferrai ⁽²⁸⁾. A Pavia si iscrivevano « negozi di ferro » ⁽²⁹⁾. Altri ferrai battevano il martello nelle zone di Be-

(24) Fabbri ad Asso (*) e Castelmarte.

(25) « Arti meccaniche » a Olginate.

(26) Fabbri a Merate (*) e Sartirana Briantea di Merate (*). Tre famiglie lavoravano falci da fieno a Olgiate [Mólgora].

(27) Fabbri a Casatenovo.

(28) Cominciando da levante, e seguendo il giro della sfera, sono notati fabbri nelle carte di Linate, Pioltello (*), Briavacca e Cassignanica di Rodano, Premenugo (2) e Settala (2a; a 30 ÷ 35 s), Albignano (2) e Truccazzano (2; a 35 s), Zivido [di S. Giuliano Milanese], Mandrino [di Vidigulfo], Gudo Gambaredo [di Buccinasco], Corsico, Baggio (*), Cassina Amata di Paderno Dugnano (2?), Novate (2), Varedo (2), Bovisio [Masciagol], Binzago e Cesano Maderno (*), Lentate (*a), Cassina Aliprandi di Lissone, Cormano, Bresso (2).

(29) Fabbri a Borgarello, Cava (*) e Torre d'Isola.

reguardo ⁽³⁰⁾, Abbiategrasso ⁽³¹⁾, Gaggiano ⁽³²⁾ e Cuggiono ⁽³³⁾. Il « maréchal grossier » era intento alle sue opere anche nelle campagne di Gallarate ⁽³⁴⁾, di Saronno ⁽³⁵⁾, di Carate ⁽³⁶⁾ e di Vimercate ⁽³⁷⁾.

Alcune note su ferrari si ritrovano nelle carte dei dintorni di Gorgonzola ⁽³⁸⁾ e di Corteolona ⁽³⁹⁾.

A 4) Dipartimento dell'Adda

8. — Se c'è, nella serie, una cartella irritante, è proprio questa (SPM 1148). Di tutte le attività siderurgiche valtelinesi, vi si legge solo del « ferro » di *Boffetto*, dov'era acceso un altoforno (7 op.); dei fabbri di Chiuro; del « mestiere di ferrajo » a Dazio ed a Mantello; dei due ferrai di Talamona; di Piateda, dove si facevano canali da tetto. Fra l'Adda e il Mera sembravano esserci — secondo altre fonti — due dozzine di fucine e fucinette con un centinaio d'operai ⁽⁴⁰⁾. I compilatori delle risposte sarebbero riusciti a farle sparire nella negligenza dei testi.

A 5) Dipartimento del Serio

9. — Questa essenziale zona siderurgica era divisa in quattro distretti:

(30) Fabbri a Giovenzano, Motta Visconti (*), Rognano (*) e Soncino.

(31) Fabbri a Caselle di Morimondo (2), Cassinetta di Lugagnano, a Castelletto Mendosio d'Abbiategrosso, Magenta (*, a 50 s), Marcallo e Bareggio (*).

(32) Fabbri a Bonirola (uno a 40 s) e S. Vito di Gaggiano, Noviglio (*), Rosate (*) e Zelo Surrigone (uno a 50 s).

(33) Fabbri a Buscate (*, a 60 s), Furato d'Inveruno, Nosate (*, « principale ramo d'arti e mestieri » locale) e Villa Cortese di Busto Garolfo.

(34) Fabbri ad Albizzate (*), Arsago (2 a), Besnate, Busto Arsizio (*), Cairate (3 a), Ferno (8 a 25 soldi). Jerago, Olgiate Olona, Orago con Cavaria.

(35) Fabbri ad Arluno (*), Castellazzo di Bollate, Rho (« alcuni ferrarezza e fabbri ferraj ») con Passirana, Monzoro di Cusago.

(36) Fabbri a Briosco (2) e Verano.

(37) Fabbri a Burago Molgora, Ruginello di Vimercate (2) e Usmate.

(38) Fabbri a Cambiago (a), Cassano d'Adda (*) e Gessate (* a).

(39) Fabbri a Inverno (*) con Monteleone (uno) ed a Villanterio (*).

(40) Uno specchio riepilogativo dell'inchiesta del 1807, che però dichiarava di voler escludere le botteghe con 2 o 3 operai, cioè le fucine più diffuse, contava 2 magli e 1 fucina nel solo distretto di Sondrio (SPM 1136). Nel 1811 le statistiche ufficiali (SPM 1148) indicavano: produzione di 200 t/a di ferro (ghisa, probabilmente); 25 minatori; 1 altoforno (altri inattivi) e 24 fucine (89 operai) più 4 « fabbriche in grande » di lavori di ferro con 7 operai. Un altro prospetto del 1815 (SPM 1137) proclamava, non so con quanto ottimismo, 65 magli addirittura; 14 nel distretto di Sondrio, 5 in quel di Ponte, 34 per Tirano, 2 per Morbegno, 5 per Traona, 2 per Bormio, 6 per Chiavenna. Le contraddizioni fra tutte queste tabelle sono un esempio degli assilli statistici che attendono al varco ogni studioso, non soltanto del nostro passato.

DISTRETTO I - BERGAMO (SPM 1176)

Cantone I - Bergamo.

Si accennava soltanto al maglio ⁽⁴¹⁾ di *Scano al Brembo* (oggi Valbrembo) ed al « fabbro » di Torre Boldone ⁽⁴²⁾. Nulla per il capoluogo.

Cantone II - Zogno.

Le schede recano memoria di almeno quattro fucine attive a *Endenna* (una per ferri da taglio, forse ad Acquada), a *Serina* (la « fabbrica » del ferro, può indicare alcune fucine dove i lavoratori guadagnavano 25 soldi il giorno); ad *Oltre il Colle* (25 op. a 15 s, il che sembra davvero troppo poco) e a *San Giovanni Bianco*.

Cantone III - Trescore.

« Qualche lavorerio di ferro » a *Borgo di Terzo*; « diverse opere di ferro » a *Vigano* (a 40 s). Alcuni fabbri, « apprezzati ad opera », « travagliavano » il ferro a Gorlago ⁽⁴³⁾.

Cantone IV - Almenno S. Salvatore.

Fabbri di qualche importanza si notavano ad *Almé* e ad *Almenno S. Bartolomeo* ⁽⁴⁴⁾. La fucina grossa cinquecentesca di *Clanezzo*, con due magli e quattro fuochi, che forse lavorò anche armi, era ridotta a un maglio, chiamato « fusina ». Nel modulo si allude tuttavia solo a « un fabbro ».

Cantone V - Ponte S. Pietro.

Nulla ⁽⁴⁵⁾.

Cantone VI - Alzano Maggiore [ora « Lombardo »].

Una fucina ad *Albino* ed altra « manifattura » nella sua odierna frazione di *Comenduno* (« è il ferro che si depurano [sic] nelle fucine »). Fabbri sono allusi ad Alzano Maggiore.

Cantone VII - Caprino [Bergamasco].

Solo per *Vercurago* si accennava a « ferro lavorato » ⁽⁴⁶⁾.

(41) Forse posto nel sito di Briolo, dove ancora oggi funziona di tempo in tempo (prop. A. Assolari).

(42) Non si accenna al maglio sito in Ronchella Bassa, poi citato, nel 1880, dal Maironi. Il « fabbro » era di martello o di maglietto? Il suo guadagno quotidiano di 50 soldi milanesi, confermerebbe la seconda ipotesi, sembrando indicare un maestro.

(43) Altri fabbri a Cenate di Sotto.

(44) « L'oggetto [del fabbro d'Almé] è di ridurre il ferro in mobili servibili per la costruzione delle boti [cerchioni] o fabbriche. Un sol uomo a L. 2: 10 mil. ». Ad Almenno S. Bartolomeo si avevano 2 officine da fabbro (5 op. a 60 s). Si facevano « ferri da fabbrica e ferri per l'agricoltura » anche per clienti d'altri comuni.

(45) Fabbri a Bonate di Sopra (3), a Calusco (2 a), a Chignolo d'Isola e a Brembate di Sotto (*).

(46) Fabbri a Pontida (*), Caprino (*), Cisano (*), Calolzio (*), Rossino (2), e nella fraz. Zanelli (*) di Torre dè Busi.

Cantone VIII - Piazza [Brembana].

Due fucine da ferro erano menzionate a *Lenna*. Quattro maestri, due di fuoco grosso e due « sottiladori », erano assistiti, ciascuno, da un lavorante e da un braschino o garzone. Ogni maestro incassava 15 centesimi italici per ogni peso di ferro lavorato (L. it. 1,84 il quintale metrico, pari a 48 soldi mil.).

Da *Piazza* si notificava un'analoga fucina da ferro, con fuoco grosso e assottilatrice, e con identici compensi alla maestranza. Più avanti, ad *Olmo*, si indicava un'altra fucina (forse a *Cugno*) con 6 operai (M 40 s; LV 23 s; SL 12 s). Tenendo conto di quanto si confessava a *Lenna*, ognuna delle due squadre pareva quindi lavorare ogni giorno, un quintale e mezzo di prodotti all'incirca.

Risalendo lo *Stabina*, si giunge a *Cassiglio*, dove si lavoravano « verzelina » e chiodi (60 op. a 30 s). Questi ultimi si mandavano in tutto il regno. Più in alto, a *Ornica*, una cinquantina di operai, terminati i lavori campestri, attendevano, per conto di committenti non locali, alla fabbricazione di chiodi e di ferri agricoli e da taglio lucrando, giorno più, giorno meno, un 25 soldi. Ancora maggiore il numero dei lavoratori di *Valtorta*, la cui chioderia si spediva a Bergamo, a Brescia e in tutto il Regno. Erano circa 230 (a 30 s), ma molti facevan broccheria solo per pochi mesi l'anno.

Lavorazioni di chiodi, sempre per conto di committenti non del paese, si avevano anche nella Val Mora. Per quanto nulla sia notificato da *Averara*, quelli di *Santa Brigida* accennavano a 20 chiodaiuoli (a 30 s). Il sindaco di *Mezzoldo* non trascriveva alcun accenno siderurgico, dimenticando un maglio.

Le comunità del Brembo di levante aggiungevano varie notizie per noi utili. Gli abitanti di *Bordogna*, *Baresi* e *Roncobello* andavano « travagliando nelle diverse parti del Regno e dell'Italia » come « fonditori di miniere di ferro » e per « cuocer legne », cioè far carbone, « e si consuma il guadagno di essi artisti colle famiglie in questi paesi ». Non si accennava ad alcuna manifattura siderurgica locale.

Anche i nativi di *Fondra* emigravano similmente. Partivano ogni anno un centinaio d'uomini. Sembravano guadagnare altrove una lira milanese il giorno (più il vitto?), « ma grand'parte però fanno degli apalti coi proprietari delle manifatture ». I giovani di *Trabucchetto* (12 in miniere, 6 nelle opere del carbone vegetale e 4 « lavoranti di forno ferro », tutti di là dal loro confine comunale) dichiaravano di ricavare una ventina di soldi quotidiani.

Un forno di ferro era attivo ai *Branzi*. « Vi si impiega quasi tutta la popolazione, altri nell'arte di carbonaro o frerini [minatori], ed altri nella condotta, che si fa sulle proprie spalle; dei materiali, che sono: carbone e

vena, ossia minerale. Non evvi prezzo o mercede giornaliera, perchè il tutto quasi è fissato in ragione della quantità e della distanza ove si prendono a porto detti materiali. La povertà e la fatica degli operaj non lascia dubbio alla loro mortalità rispettiva ».

A Carona era acceso un altro forno fusorio. Le carte non rivelano invece alcuna attività siderurgica a Valleve ed a Cambrembo.

Cantone IX - Sarnico.

Nulla.

DISTRETTO II - TREVIGLIO (SPM 1177)

Cantone I ÷ IV - Treviglio ⁽⁴⁷⁾, *Martinengo* ⁽⁴⁸⁾, *Romano* [di Lombardia] ⁽⁴⁹⁾ e *Verdello* ⁽⁵⁰⁾.

Nulla.

DISTRETTO III - CLUSONE (SPM 1177)

Cantone I - Clusone.

Ordinando i nostri scartafacci secondo il fluire del Serio, s'incontravano :

Bondione, con due altoforni. « La maggior parte della ghisa viene qui consunta in proiettili d'artiglieria per il Governo, che viene spedita a Milano ed a Mantova ». Il resto si vendeva alle fucine di affinazione della valle. Vi si facevano anche « spressi [piccoli cerchi per contenere gli assi delle ruote] e modelli di ghisa da fusine ». In ogni forno lavoravano 6 uomini (altri 8 curavano i proiettili) guadagnando in media 60 soldi.

Gromo S. Giacomo, con tre fucine grosse per ferro ladino e una per acciaio. Negli ultimi tre anni mandarono all'estero 24 t di ferro e 16 t d'acciaio.

Valgoglio (o meglio, forse, Colarete) con una fucina grossa per verghe ed una per ferri agricoli da taglio. In tutto 28 operai (M 60 s; LV 40 s; SL 12 s). I carbonai ed i « portini » contavano su una trentina di soldi.

Gandellino, con una fucina per cerchi di ruote (2 M 40 s; 2 LV 20 s;

(47) Sette fabbri a Brignano e 4 a Fornovo. Le carte topografiche serbano tuttavia il ricordo d'un maglio ottocentesco sulla roggia Rondanina, a mezzogiorno, un poco per levante, di Caravaggio. Magli ben più antichi si ebbero a Treviglio, uno almeno sulla Geronima ed un altro sull'Entierro. Più recente quello a tramontana, un poco per ponente, sulla roggia dei Mulini.

(48) Fabbri a Martinengo (*), Cortenuova (2 con 3 addetti) e Palosco (*).

(49) Fabbri a Romano (14 op. a 30 s), Covo (3 op. a 30 s), Fontanella (*), Barbata (*), Camisano (*), Vidolasco (uno, a fattura, si calcolava mettere insieme un 20 soldi quotidiani), Castel Gabbiano (*, a fattura), Mozzanica, Bariano (3 op. a 30 s) e Morengo.

(50) Fabbri a Stezzano (*), Osio di Sotto (uno, per pochi utensili di ferro), Spirano (*) e Lurano (*).

2 SL 10 s) ⁽⁵¹⁾. Si noti il contrasto nelle valutazioni (o meglio nelle notifiche) dei guadagni giornalieri.

Ardesio, con le sue due manifatture d'acciaio e i due lavori grossi di ferro (90 op. a 40 s).

Oltressenda Alta, dov'erano operose: a) una fucina per acciaio (3 op.); b) una fucina per ferro ladino (6 op.); c) una fucinetta per ferri da taglio (2 op.). In (a) e (b) lavoravano il padrone più 8 giornalieri a 25 soldi circa. In (c) lavoravano i padroni. L'acciaio e il ferro si spediva a Castro, Bergamo e Milano; i ferri da taglio a Clusone e nel Bresciano.

Oltressenda Bassa [ora Villa d'Ogna] con una fucina per ferro ladino (3 op.), una per acciaio (12 op.), una per ferri da taglio (12 op.) e una per chiodi (26 op.). Chi dava il suo lavoro vi guadagnava in media, ogni giorno, da 10 a 38 soldi. Le prime tre fucine dovevano avere nove squadre, ossia nove fuochi.

Piario, con le sue manifatture di chiodi da cavallo e da « fabbrica » (28 op. a 30 s) e di ferri da taglio (5 op. a 40 s). L'unico « assadore » metteva insieme 45 soldi.

Parre, con la sua fucina sul fiume: un fuoco grosso ed uno piccolo per « sottilare » verghe. Un maestro, un lavorante e un braschino per ogni fuoco, come d'uso. Collaboravano un carradore (in parte), 5 carbonai e un cavallaro con « cinque mule o portini ». Vi si guadagnavano in media un due lirette quotidiane.

Ponte di Nossà, con la sua fucina sul Nossà (che aveva due fuochi grossi e due sottiladori) e col suo più modesto fabbro di martello. Tre addetti più dieci carbonai per fuoco; più il carradore « che provvede e spedisce il ferro » e il cavallaro con cinque mule o portini per condurre il carbone. Alla maestranza d'ogni fuoco 43 soldi per ogni q. di ferro lavorato. Poiché, « andando bene il lavorerio » al termine della giornata ne mettevano insieme un due quintali (24 pesi), c'erano 86 soldi circa da dividere. Il carradore, quando poteva lavorare, ricavava un 90 soldi il giorno, il cavallante 10 soldi, più vitto. Ai « portini o mule » andavano circa 3 lire il giorno. Il ferro di Ponte andava quasi tutto a Milano.

Premolo, con la sua fucina, pure sul Nossà (un fuoco grosso ed uno piccolo). Addetti e salari come a Ponte, con i chiarimenti seguenti: al carradore 82 soldi « per ogni carra »; ad ogni carbonaro 60 soldi per ogni sacco largo 6,5 quarte e alto 8,5; ad ogni portino e mulo L. 3 per sacco ⁽⁵²⁾.

(51) I manufatti si spedivano anche a Milano, nel Cremonese e nel Cremasco. « Lo scavo di qualche miniera » si mandava ai forni di Valbondione.

(52) Il sacco da mulo equivaleva a due sacchi da portino.

Nella zona a S. E. di Clusone, sul Borlezza, si trovava testimonianza di una « fucina per lavori grossi » a Cerete ⁽⁵³⁾.

Nell'alta Val di Scalve le carte recano annotazioni di due forni fusori e di scavi minerari a *Schilpario* (con ricavo individuali medi dei lavoranti fra 30 e 40 soldi); di « manifattura del ferro ⁽⁵⁴⁾ » a *Vilminore* (con 8 operai che avrebbero guadagno da 40 soldi, se maestri, a 25 o 30); di miniere di ferro a *Oltrepovo* (più di cento addetti); di 80 minatori d'*Azzone* a 32 soldi.

Cantone II - Gandino.

A *Vertova* si fabbricavano ferro tondo, quadro e cerchioni per ruote.

Cantone III - Lovere.

Nella Regia Fabbrica di falci a *Lovere* si avevano 40 operai; alcuni guadagnavano 60 soldi. A *Castro* si ricordava invece una piccola fucina detta « al Viotto » (6 op. a 30 s). Attività siderurgiche si confermavano a *Sovere*: « assili » e cerchioni da ruota, stanghe, ferro tondo, quadro, ecc. Un tempo tali prodotti si mandavano non soltanto nel Regno, ma nel Veneto, a Parma ed in Romagna. Negli ultimi anni queste esportazioni si erano quasi annullate. Si contavano tre operai per fucina ⁽⁵⁵⁾, ma non si dice quante fossero ⁽⁵⁶⁾.

DISTRETTO IV - BRENO (SPM, 1177)

Cantone I - Breno.

Scendendo lungo la Valle dell'Oglio si incontravano in vari luoghi le opere del ferro. I sindaci delle comunità mettevano in risalto:

Cemmo con *Capo di Ponte*, per il suo forno di Cemmo e le sue sette fucine di Capo di Ponte (28 op. a 60 s). I prodotti si esportavano anche nel Basso Po, nel Reno, nel Rubicone e nel Crostolo.

Cerveno, con il suo forno e la sua chioderia. « Il prezzo della mano d'opera (8 operai) è a lire sei a ragione di peso ».

Ceto, con la sua fucina (3 op. a 40 s).

Malegno, con le sue fucine. Le ferrarezze (chiodi, « grattarole », badili, ecc.) si spedivano a Brescia, Venezia, Bergamo, Milano, « ed anche più lontano ».

Ossimo, dove non si fabbricava, ma si negoziava in grosso il ferro. Questo era anzi il suo « principale ramo d'industria ».

Breno, con due fucine per cerchioni (10 op. a 52 s).

(53) Nel 1860 una fucina grossa era attiva a Cerete basso (a Cerete alto si aveva solo un maglietto).

(54) I prodotti andavano a Clusone e nel Bresciano.

(55) Più i carbonai ed i « condottieri del ferro ».

(56) Quattordici nel 1820, secondo il *Dizionario* del MAIRONI.

Bienno con *Pregline*, dove 75 operai (M a 60; aiutanti a 45 s) riducevano il ferro e lo lavoravano in un numero imprecisato di fucine ⁽⁵⁷⁾. Fra i prodotti menzionati nella notificazione: lamiere, canali, padelle; reggetta, bombe, « balle di canoni », « chioche di ferro imbronzate per le mandre ». E si stava dando principio anche « alla fabbrica della latta ».

Angolo con *Mazzunno* ⁽⁵⁸⁾, dove 15 operai lavoravano il ferro a 94 soldi il quintale metrico.

Gianico, con una fucina dove lavoravano 6 operai ⁽⁵⁹⁾, oltre ai carbonai.

Artogne, con quattro fucine da « reggia, tondo, quadro e lama ». Tra fabbri, cavallanti, « carbonari e portanti » si contavano 40 addetti. Gli operai guadagnavano 75 soldi per quintale di ferro lavorato.

Pisogne, dove una quarantina di metallieri lavorava nei due forni e nelle fucine ⁽⁶⁰⁾.

Cantone II - Edolo.

Le notificazioni sembrano assai poco accurate e poco attente agli argomenti ferrosi. Si ricorda, cominciando dall'alta valle, una fucinetta di *Villa d'Allegno* (alimentata da carbone « estero », data la penuria locale); le fucine di *Edolo* e alcune « fabbriche di ferro grosso » della vicina *Mu*; il « ferro in ghisa che si cola dal minerale » a *Córteno* ⁽⁶¹⁾; la ferrarezza, ramo principale d'industria di *Sonico* (ma vi sono scarsi gli operai); il forno di *Malonno*, la cui ghisa veniva tutta consumata dai comuni vicini; la fabbrichetta di chiodi piccoli di *Berzo Demo*, con tre operai a fattura; il forno di *Paisco* [e quello di *Loveno*]; la fucina grossa di *Cevo*; il maglio di *Grevo* con *Cedegolo* dove si « lavora il ferro in « scartate » ⁽⁶²⁾ per arare il terreno ».

10. — Per dare almeno un esempio del necessario ricorso a fonti integrative, anche quando sembrerebbe di poter disporre di documenti ufficiali e compiuti, unisco uno specchio (Tav. 1) tratto da un « tableau » mano-

(57) Ventidue, suggeriva nel 1820, il *Dizionario* del MAIRONI. Due fucine grosse erano a Prestine, il resto a Bienno.

(58) Stando al MAIRONI (*Diz.*) le fucine erano solo ad Angolo. Le due antiche, secentesche, di Mazzunno, non sono da lui ricordate.

(59) Compresi i maestri. Quindi, probabilmente, un fuoco grosso ed una « sottiladora ».

(60) Due forni e otto fucine di riduzione, nel 1820, secondo il MAIRONI, *Dizionario*.

(61) E che poi si vendeva ai mercanti di Edolo e dei comuni vicini per la manifattura del ferro. C'era un fabbro a Cortenedolo.

(62) « Scartare » significa battere al maglio per avere prodotti piatti (lamiere in genere), qui acciaiosi. Nella « scartadora » di Grevo lavorava la solita squadretta di tre addetti (maestro, lavorante, braschino) con un guadagno medio (della squadra nel suo insieme?) di 5 L. mil.

I MAGLI DEL DIPARTIMENTO DEL SERIO SECONDO UNO SPECCHIO UFFICIALE DEL 1807
(MS. Arch. di stato di Milano, Comm. 156 PM)

TAV. I

| | Proprietari | n. magli | Capac. annua pratica q. | Note | Osservazioni circa il cantone suggerite direttamente o indirettamente dalle notifiche comunali dell'inchiesta del 1807 |
|------------------------------|---------------------------|-------------|----------------------------------|------|---|
| DISTR. I - BERGAMO | | | | | |
| <i>Cantone I - Bergamo</i> | | | | | |
| Nulla | | — | — | | Mancherebbe il maglio di <i>Scano</i> e, forse, quello di <i>Torre Boldone</i> . |
| <i>Cantone II - Zogno</i> | | | | | |
| Oltre il Colle | Ceroni & Tiraboschi | I | 203 | b | Un altro maglio, almeno, poteva forse esse- re attivo a <i>Endenna</i> . |
| S. Giov. Bianco | idem | I | 163 | b | |
| Serina | Marzocchi | I | 122 | b | |
| <i>Cantone IV - Alménno</i> | | | | | |
| S. Salvatore | | | | | |
| Nulla | | — | — | | Un maglio poteva forse rilevarsi a <i>Cianezzo</i> |
| <i>Cantone VIII - Piazza</i> | | | | | |
| Carona | P. A. Milesi | I* | 1219 | a | Quattro magli a <i>Lenna</i> . Idem a <i>Piazza</i> . Si sarebbe potuto anche avere un secondo ma- glio a <i>Carona</i> ed ai <i>Branzi</i> . |
| Branzi | come Lenna | I* | 1219 | a | |
| Piazza | come Lenna | I | 406 | a, I | |
| Lenna | Propr. Negozio Ferrarezza | I | 812 | a, I | |
| Olmo | G. A. Donato | I | 406 | a, I | |
| Mezzoldo | P. A. Milesi | I | 406 | a, I | |
| Cassiglio | P. A. Milesi | I | 650 | a, k | |
| Valtorta | D. Bagino | I | 163 | a, k | |
| | P. Busi | I | 325 | a | |
| DISTR. III - CLUSONE | | | | | |
| <i>Cantone I - Clusone</i> | | | | | |
| Schilpario | Soc. Forno Vecchio | I* | 325 I | | Mancano tutti i magli della Val Seriana, tranne Valbondione; cioè: <i>Gromo S. Gia-</i> <i>como</i> (da 4 a 8); <i>Valgoglio</i> (1 oppure 2); <i>Gandellino</i> (1?); <i>Ardesio</i> (4?); <i>Oltresenda</i> <i>Alta</i> (4?) e <i>Bassa</i> (da 4 a 9); <i>Piario</i> (3?); <i>Ponte di Nossà</i> (4?); <i>Premolo</i> (2?). |
| Vilminore | Soc. Forno Nuovo | I* | 4064 | | |
| Azzone | Soc. Forno di Lania | I* | 3007 | | |
| Valbondione | Soc. Forno di Dezzo | I* | 3739 | | |
| | Soc. Forno Torre | I* | 2276 | a | |
| | | | 1097 | b | |
| | | | 244 | c | |
| | | | 1625 | a | |
| | Soc. Forno Gavazzo | I* | 1544 | b | |
| | | | 244 | c | |

Sembra improbabile che *Vertova* (4?), *Lovere*, *Castro* e *Sovere* (da 20 a 24) non mettessero insieme un notevole numero di magli.

Sembrano mancare 2 magli del forno di *Cerveno*; 1 o 2 a *Breno*; 4, almeno, fra *Paisco* e *Loveno*.

| Comune | 3* | 732 | a | 3* | 732 | a | 3* | 732 | a |
|----------------------------|----|-------|---|----|-------|---|----|-------|---|
| Capoferri | 1 | 163 | a | 1 | 163 | a | 1 | 163 | a |
| Gaioni | 5 | 358 | a | 5 | 358 | a | 5 | 358 | a |
| Cai; Casari; Dalaidd; To- | | | | | | | | | |
| vini; Malagarzi | | | | | | | | | |
| Francesconi; Franzoni; | | | | | | | | | |
| Bettoni; Rizieri; Maran- | 13 | 1325 | a | 13 | 1325 | a | 13 | 1325 | a |
| dini; Rosa; Simoni | 1 | 163 | a | 1 | 163 | a | 1 | 163 | a |
| Pegurri | 3 | 406 | a | 3 | 406 | a | 3 | 406 | a |
| Manzoni; Rizieri; Cotti | 4 | 813 | a | 4 | 813 | a | 4 | 813 | a |
| Lani; Morosini | 2 | 325 | a | 2 | 325 | a | 2 | 325 | a |
| Cotti | | | | | | | | | |
| Vielmi & Zattini; Damio- | 7 | 1544 | a | 7 | 1544 | a | 7 | 1544 | a |
| li; Steffanoni eredi | | | | | | | | | |
| Damioli; Mercanti; Stef- | 8* | 1382 | a | 8* | 1382 | a | 8* | 1382 | a |
| fanoni Manzino; Giordani | | | | | | | | | |
| Travazzini & C; Batterelli | 2 | 366 | a | 2 | 366 | a | 2 | 366 | a |
| Calmonini | 2 | 325 | a | 2 | 325 | a | 2 | 325 | a |
| Tognali; Marangoni | 2 | 406 | a | 2 | 406 | a | 2 | 406 | a |
| Giordani; Marangoni | 4 | 894 | a | 4 | 894 | a | 4 | 894 | a |
| D. Sinistri; G. B. Sini- | | | | | | | | | |
| stri; Franzoni; Steffanoni | 5 | 1260 | a | 5 | 1260 | a | 5 | 1260 | a |
| Franzoni; Calvi; Calabresi | 5 | 813 | a | 5 | 813 | a | 5 | 813 | a |
| Calvi; Arampì; Roncel- | | | | | | | | | |
| li; Scanzielli; Galberti | 7 | 894 | a | 7 | 894 | a | 7 | 894 | a |
| Bertolazzi | 1 | 122 | a | 1 | 122 | a | 1 | 122 | a |
| Panserini; Luini | 4 | 732 | a | 4 | 732 | a | 4 | 732 | a |
| TOTALE GENERALE | 97 | 40209 | | 97 | 40209 | | 97 | 40209 | |

NOTE: (I) Si suppone che i « pesi » delle stime originali, qui convertiti in quintali metrici, siano bergamaschi, non milanesi, e non locali (di Breno ad es.); (II) Una contraddittoria nota dei compilatori dello specchio dice che i magli del distretto di Breno potrebbero dare « quasi il doppio, cioè pesi 320.000 » (2600 q); (III) Il totale generale potrebbe allora anche salire, non è chiaro in quale circostanza, a 657.500 pesi l'anno (53.442 q).

ABBREVIATURE

Le qualità del metallo sono indicate con *a* (ottimo), *b* (mediocre), *c* (infimo). Con *l* si identifica il ferro « ladino »; con *k* quello esplicitamente definito « per chioderia »; con * i magli uniti a forni fusori.

scritto del 1807 contenuto nella cartella 156, *Commercio*, Parte moderna, dell'Archivio di stato milanese. Esso intendeva specificare la quantità di « ferri da maglio » che il Dipartimento del Serio avrebbe potuto somministrare ogni anno in servizio dell'Artiglieria ⁽⁶³⁾. Nella colonna delle osservazioni ho indicato le gravi sue omissioni, palesate proprio dall'inchiesta comunale oggetto di questo saggio ⁽⁶⁴⁾. Con tutto ciò il prospetto, come accade per le notificazioni dei sindaci, reca un utilissimo contributo per quanto va positivamente attestando. Quanto ignora, invece, non esclude mai. In ambo i casi, infatti, l'omesso è di importanza non minore del dichiarato. Solo raccogliendo con diligenza questi frammenti d'una realtà ben più estesa e tanto più complessa, si può tentare poi, musivamente, di comporne l'aspetto genuino.

A 6) Dipartimento del Mella

II. — Il Mella era l'altra zona cardinale della nostra siderurgia. Si ripartiva in quattro distretti:

DISTRETTO I - BRESCIA (SPM 1162)

Cantoni I ÷ IV.

C'è solo qualche riga sulle due fabbriche governative di Brescia (una per armi da fuoco e l'altra per armi da taglio) e sulle tre « fucine da magli », per strumenti agricoli, fra le collinette di *Nuvolato* (7 op. e un allievo). Assai distratti i compilatori delle notificazioni anche a proposito dei fabbri ⁽⁶⁵⁾.

Cantone V - Gardone Val Trompia.

Risalendo la valle, le notizie riguardano soltanto:

Carcina ⁽⁶⁶⁾, con una fucina di ferri da taglio per la campagna (30 soldi).

(63) Il documento è firmato da un Frangipane, e sottosegnato da un Manini come segretario generale.

(64) Fra gli altri suoi difetti, il « tableau » sembra spesso confondere gli « edifici » (magli) con il numero dei magli contenuti (potevano anche essere tre, quattro ed anche più).

(65) Sono menzionati solo a Bagnolo (4), Gussago (4), Ome e Trenzano, per il secondo cantone; a Corticelle [di Dello] (*), per il terzo. Nulla risulterebbe a Ospitaletto, dove pur si ricorda ancora la frazione « Maglio da ferro », a mattino del paese [n. 59 della Via Padana Superiore]; ad Azzano Mella, dove si aveva ancora un maglio sul finire del secolo scorso; a Calvisano, dove le mappe recano ancora traccia d'un maglio a ponente per tramontana del paese, sul Vaso Ceriana; a Carpenedolo, sulla Fossa Magna, a mezzogiorno del villaggio; a Sucotti basso, sotto Civine di Gussago, dove il toponimo Fucina resiste ancora.

(66) Nell'odierno centro comunale di Villa lavorava un fabbro.

Sarezzo, dove 40 fabbri erano addetti alla « ferrarezza ed alla manifattura della stessa » ⁽⁶⁷⁾. Si mostravano con orgoglio anche 3 armaiuoli.

Lumezzane Pieve, con le sue officine dove si lavorava il ferro quadro (20 op.); la « ferrarezza » varia (40 op.); i chiodi, i coltelli e le altre posate (60 op.); le forbici (4 op.); le sciabole e le forniture da fucili (40 op.); gli acciarini (30 op.), ecc. I maestri dei vari mestieri lucravano intorno a due lire il giorno.

Lumezzane S. Apollonio, con le sue fucine per la ferrarezza grossa e minuta, e le varie sue manifatture. Si contavano 186 addetti alla siderurgia (a 20 s), 2 armaiuoli (a 40 s) e 45 lavoratori ai fornimenti di fucile (a 40 s).

Gardone, dove si « travagliava il ferro in varie manifatture » e si era specialisti nel « ridurre il ferro malleabile ad uso di canne » da fucile. I siderurgici guadagnavano 60 soldi; gli operai delle canne 40. Si contavano 300 lavoratori, includendo però alcune filande di seta.

Inzino, notevole per il lavoro della ferrarezza grossa e minuta.

Marcheno, con 10 officine per acciarini (24 op. a cottimo, eq. 30 s). Si facevano « per conto e comando del R. Governo ». Un tempo si mandavano a Venezia, a Senigallia e in altri luoghi ancora. I pericoli marittimi hanno « fatto cessare da molto gli affari, salvo gli impiegati come sopra ».

Cantone VI - Bóvegno.

Le pagine di *Lodrino* accennavano alla « fusione del metallo ferro » ed all'invio della ghisa nelle valli Trompia e Sabbia. Quelle di *Pezzaze* ricordavano lo scavo delle vene ferrose e la fusione della ghisa (usata poi nel dipartimento, tranne 96 t esportate, negli « ultimi tre anni », nel Trentino bavarese). Tutti gli abitanti di *Bóvegno*, salvo pochi fabbri e qualche altro minore artigiano, lavoravano nelle miniere, nei boschi (per trarne carbone) e nelle « fornaci fusorie », guadagnando, in media, una trentina di soldi. La coltivazione delle miniere di *Collio*, essendo rallentata dalle acque e da « altri sotterranei infortuni », diffondeva più miseria che vantaggio. Il privato altoforno (7 op.) si accendeva un anno su tre per mancanza di legne. La ghisa seguiva le identiche sorti, già alluse per *Lodrino*, di quella colata negli altri luoghi del Cantone. Anche la vena eccedente l'uso del forno si trasportava nel resto della valle e, soprattutto, nella Val Sabbia. Le paghe uguagliavano il livello di *Bóvegno*.

Cantone VII - Lonato.

Quattro manifatture del ferro, con 20 op. lavoratori a fattura o in proprio, fabbricavano attrezzi rurali sul Chiese, sotto il verde rialto di *Bedizzone* ⁽⁶⁸⁾.

(67) I giornalieri guadagnavano un 40 soldi; a cottimo gli altri.

(68) Si trattava probabilmente di magli. Il luogo era anche noto per le sue chioderie.

DISTRETTO II - CHIARI (SPM 1162)

Cantoni I ÷ IV di Chiari ⁽⁶⁹⁾, *Iseo* ⁽⁷⁰⁾, *Adro* ⁽⁷¹⁾ e *Orzinuovi* ⁽⁷²⁾.

Nulla.

DISTRETTO III - VEROLANUOVA (SPM 1162)

Cantoni I e II - Verolanuova ⁽⁷³⁾ e *Leno* ⁽⁷⁴⁾.

Nulla. Sorprende il silenzio sulla grossa fonderia di proiettili Cadolino e sull'adiacente maglio di *Pontevico*.

DISTRETTO IV - SALO' (SPM 1162)

Cantone I - Salò.

I primi appunti, riguardanti umili attività siderurgiche, si trovano nei fogli di *Goglione di Sopra* (ora Prevalle). Tredici « fabbri ferrai » in sei « manifatture » sparse fra i gelsi e le viti fabbricavano, certo col maglio, attrezzi rurali (a 28 s). Per *Gavardo* si iscriveva la « manifattura di ferramenta » (a 40 s). Fucine « per travagliare il ferro » si ricordavano per *Villanuova* (a 37 s). Il ferro minuto, chioderie in ispecie, era vanto di *Gardone* che lo spediva in tutto il regno e segnatamente a Venezia. I cottimisti percepivano un 30 soldi. A *Volciano* si facevano solo « li ferri taglienti ed altri rustici per uso della comune » (a 38 s). A *Vobarno*, le ferrarezze (chio-

Fabbri a Calvisano (*) e Pozzolengo (*). Mappe posteriori indicheranno un maglio a NO di Calvisano, sul Vaso Ceriana.

(69) Fabbri a Castelvotati (dove mappe posteriori indicheranno un maglio, poco a scirocco dell'abitato), a Coccaglio (3) ed a Rudiano (*), dove, poco a tramontana del paese, sulla Seriola Vescovado, rimane tuttavia il toponimo: Cascina del maglio. Nessuna notizia siderurgica a proposito di Palazzolo che aveva, ancora nell'Ottocento, un maglio cinquecentesco proprio al cominciare dell'isola, dove, prima del ponte, si dividevano le acque dell'Oglio. Poichè il ramo di ponente del fiume vi è stato completamente interrato, il sito dell'antico maglio è ora sulla sponda destra un 400 m a S. E. della via del ponte. Le piante conservano, inoltre, il ricordo di due Cascine del maglio: una 1 Km. a mezzogiorno di Pontoglio, l'altra pure 1 Km. a mezzogiorno di Urago, antico luogo forte.

(70) Fabbri a Colombaro [di Corte Franca], a Monticello [Brusati] ed a Sale Marasino.

(71) Fabbri a Bornato (*), a Calino con Torbiate (*) ed a Paratico.

(72) Due fabbri nel capoluogo.

(73) Fabbri a Cigole (tre, con 9 op. a 30 s); Milzano (2); Pontevico (*), dove ancora nel 1898 risulterà operoso un maglio; S. Gervasio Bresciano (*).

(74) Fabbri a Isorella (*), nella benedettina Leno (*), dove mappe posteriori indicheranno tenaci toponimi poco a sud di Porzano [Molino del Maglio] e subito a mattino di Cereto [Cascina Maglio]; Remedello di Sotto (*). Gottolengo aveva una frazione Fraine, di radice forse ferraria; e Manerbio un sito del maglio subito a tramontana per levante del ponte sul Mella.

derie, ferro lungo e cerchi d'ogni qualità) impegnavano 150 operai (a 40 s). I lavori del ferro e dei chiodi occupavano, nella *Val Degagna*, 98 operai a 40 soldi.

Cantone II - Gargnano

Se due fucine erano attive a *Maderno* (40 soldi), il « colo della ghisa e la riduzione del ferro in diverse manifatture di ferro grosso e minuto come mitraglia, chiodarie e simili » recavano lustro a *Toscolano*, il cui fiume — come notava una vecchia guida — « giova mirabilmente a dar moto ai numerosi opifici di questo allegro borgo ». La carta e la ferrarezza vi davano lavoro a 500 operai (54 soldi per gli addetti alle opere ferrarie). Pure a *Tremosine* ⁽⁷⁵⁾ si scriveva del « colo della ghisa e della riduzione del ferro crudo in grosse e minute chiodarie, ferri da taglio, ecc. », e « tutto ciò si potrebbe aumentare di molto col beneficio delle strade ora rese impraticabili ». Un quarto del prodotto si esportava; il resto si vendeva nel regno. Trecento operai s'adoperavano intorno al ferro; 150 intorno al carbone (a 40 s).

Cantone III - Preseglie

Tre manifatture di ferrarezza intronavano i buoni villici di Sabbio: una chioderia (12 op.), una fucina per badili (3 op.) ed una per ferri da carro (3 op.). I maestri buscavano 60 soldi; 40 i lavoranti. Ben maggiore, tuttavia, il fragore operoso di *Odolo*. Ai 13 « edifici » per badili, zappe, vanghe, cavicchi e, soprattutto, chiodi (4 op. per edificio), si aggiungevano 4 botteghe di ferraio: due per canne, una per acciarini ed una per pettini da lino e « ferri delle ostie per il Santo Sacrificio ». Ogni bottega aveva due operai. I quattro d'ogni edificio ⁽⁷⁶⁾ guadagnavano, tutt'insieme, 10 lire il giorno. Manifatture di brocchette e chiodi si avevano anche sui monti di *Odolo*. Ad *Agnosine* ⁽⁷⁷⁾ 15 operai faticavano in 3 chioderie (a 20 s); a *Bione* 30 in 5 altre chioderie (a 30 s).

Passando nella valle del Malpaga, si scoprivano a *Casto* 14 manifatture

(75) La notificazione di Tremosine è, ufficialmente, relativa al 15 luglio 1807, ma forse fu scritta qualche giorno prima. E' smentita infatti da quanto scrisse P. E. TRIBONI (*Tremosine*, Brescia, 1859, pp. 115 e 143) circa l'alluvione del 2 luglio 1807 che vi distrusse, attesta, tutti gli impianti, (dalle stalle di S. Michele a Campione) « quali più non si rialzarono ». Ciò è confermato da F. SEMENZARI nei « Commentari dell'Ateneo di Brescia » (1808, p. 119). Verso il 1865 l'AMATI, *Dizion. corografico dell'Italia*, Milano, 1865-1869, notava però: « Vi si fa commercio di ferro lavorato, e per la riduzione di questo metallo vi è una fucina mossa dall'acqua di un torrentello ed alimentata dal minerale che si estrae da una vena della Val Trompia » (vol. VIII).

(76) Ancora nel 1898 si contavano 13 edifici *con maglio* (STRAFFORELLO, *Bergamo*, p. 479). Le mappe più recenti ricordano ancora i siti « forno », « botteghe » e « fucine ».

(77) In una notificazione, scritta con grafia brutta come la mia, sarei tentato di leggere, a fatica, « Agrolegno », dove forse dovrei leggere « Agnosine ».

siderurgiche (« lamierino », chiodi, « verticchie ») con 50 operai (M 50 s; LV 23; SL 12). Poco più a monte, ad *Alone*, in tre piccole stanze, si fabbricavano « brocche assatine ».

Cantone IV - Vestone

Troppo vago, sia l'accento alle « ferrarezze » di *Vestone*, con i loro 50 operai (M a 52 s; LV e SL a 35); sia quello al forno di *Livemmo*. Descrivendo *Ono* con *Forno*, si scriveva solo di tre edifici di seconda fusione, cioè fucine [grosse], ciascuna con 6 operai (a 50 s). Solo un centesimo del prodotto varcava le frontiere del regno ⁽⁷⁸⁾.

Avvicinandosi al lago d'Idro, si trovavano a *Lavenone* due officine, ciascuna con 6 operai, e tre bottegghette, ciascuna con 2 operai (M a 60 s; gli altri 30÷40). Poi, sul lago, alla *Rocca d'Anfo*, altre 3 manifatture di ferro quadro e di chiodi (19 op.; M a 45 s; LV a 35; SL a 10).

Chi si arrischiava fin nella valle del Caffaro, scopriva *Bagolino* col suo forno fusorio, alimentato dalle vene di Valtrompia, e con le sue fucine dove la ghisa si riduceva in ferri quadri o in acciaio. Quasi un decimo del ferro si mandava nel Trentino bavarese, cioè nelle Giudicarie, per esservi rifuso e ridotto in quadri. Il carbone di legna, qui scarso, vi era infatti abbondante. Sempre a Bagolino, lavoravano anche tre fabbri (due facevano anche ferri da taglio) con 7 operai. Il guadagno medio locale pareva aggirarsi intorno a 60 soldi.

A 7) Dipartimento del Mincio

12. — Disordinati, incompleti e frettolosi, nella cartella SPM 1165, gli appunti relativi alle gracili attività ferrarie del Mantovano ⁽⁷⁹⁾. Di qualche, sia pur minimo interesse, i soli ragguagli di *Sabbioneta* con i suoi 17 fabbri (a 40 s), di *Canneto sull'Oglio* ⁽⁸⁰⁾ con i suoi 12 fabbri (a 30 s) e di *Curtatone* con i suoi pochi fabbri d'attrezzi rurali ⁽⁸¹⁾ ed i suoi due artigiani per armi

(78) Il BROCCHI, *Tratt.* accenna, nel 1808, a un altoforno di Ono. La notificazione ora citata ne tace. Forse era ormai inattivo.

(79) Nessuna notizia della fabbrica d'armi da fuoco del distretto di Mantova. Fabbri sono ricordati a Castelforte; Castiglione delle Stiviere (*); Dósolo; Góvernolo (*); Peschiera (*); Porto Mantovano (*); Roncoferraro (*); Villa Saviola di Motteggiana (*) [dove sopravvive il toponimo Ferrarie in località Sacca sullo Scolo Zara]. Moderni toponimi, cui non corrispondono annotazioni nelle nostre carte del 1807: Goito col suo Maglio (a S. S. E. sulla fossa Filippina); Casatico di Marcaria col l'almeno settecentesco Mulino del Maglio, poco a sud della frazione Giare; Suzzara con la Corte Frere a ostro un po' per levante. A Marcaria si notava ancora nel 1899 una piccola officina meccanica.

(80) I giovani di bottega guadagnavano da 24 a 60 lire mil. l'anno, secondo l'età. I 30 soldi includevano forse, nella media, anche tali giovani.

(81) Tre lire mant. d'inverno e quattro l'estate.

da fuoco. A *Marmiolo* si legge « fabbro »: non c'era, dal 1770, un maglio ⁽⁸²⁾ nel luogo « Corte Edificio »? Tra i principali « rami d'industria » di *Villimpenta* si faceva menzione dei venditori di ferro. Un'officina meccanica, con fonderia di ghisa, vi sarà impiantata intorno al 1840.

A 8) Dipartimento dell'Alto Po

13. — Si entra qui in un deserto siderurgico. Abbondano invece, stando ai nostri scartafacci, le piccole botteghe dei fabbri, ausiliarie delle ricche attività agricole. In quasi tutto il dipartimento ⁽⁸³⁾ qualche più diligente funzionario ha certo fatto inscrivere, con specifica menzione e con maggior cura di quanto si fece in altre plaghe, le fucinette dei ferrai di martello. Epilogando con pazienza tante notizie campestri si contribuiva quindi a far meglio intendere la capillare distribuzione di tali piccole arti. In generale, direi che quanto si legge nei fogli dell'Alto Po descrive una distribuzione di fabbri comune in quasi tutto il Milanese. Essi appaiono meno fitti altrove solo per omissioni di sdegnosi o distratti compilatori o per mimetizzazione entro vaghe categorie d'insieme dei consueti mestierucci di villaggio.

La plaga si divideva in quattro distretti:

DISTRETTO I - CREMONA (SPM 1153)

Cantoni I ÷ VI - Cremona ⁽⁸⁴⁾, *Pizzighettone* ⁽⁸⁵⁾, *Soresina* ⁽⁸⁶⁾, *Casalbuttano* ⁽⁸⁷⁾, *Pescarolo* ⁽⁸⁸⁾ e *Pieve d'Olmi* ⁽⁸⁹⁾.

Nulla.

(82) Un 400 m. a levante per tramontana dal centro del paese, sul fosso Barco. Il maglio c'era ancora nel 1955. Ora è sostituito da due officine dove si fabbrica il tondo per cemento armato.

(83) In alcuni cantoni il ragguaglio rimane tuttavia incompleto (*Pizzighettone* e *Soresina* ad es.).

(84) Fabbri a *Ardoles San Marino* (*), *Bagnarolo*, *Ca' de' Bonavogli* (*), *Capanna del Mabasso* (?), *Cava Tigozzi* (*), *Cicognolo* (*) anche nella fraz. *Dosso Pallavicino* (*), *Cortetano*, *Cremona* (ferrai nei *Corpi Santi* e nelle « Due Miglia », oltre al toponimo *Ca' del Ferro* 1,5 Km. a levante della *Porta Romana*), *Gazzo* (*), *Malagnino* (*) [anche nelle frazioni *Settepozzi* (*), *San Giacomo Lovara* (*) e *Ca' de' Marozzi* (*)], *Montanara* (*), *Pieve Delmona* (*), *Pieve S. Giacomo* [anche nelle frazioni *Silvella* (*) e *Torre de' Berteri*], *San Savino* (*), *Vighizzolo* con *Mottajola de' Padri* (*), *Vescovato* (*), [anche nella frazione *Ca' de' Sfondrati*].

(85) Fabbri a *Costa Sant'Abramo* (*), *Crotta d'Adda* (*) e *Meleti* (4). Nel 1870 un maglio era però ancora attivo a *Pizzighettone*. (AMATI, *Diz. corogr.*, cit., vol. VI).

(86) Fabbri a *Castelleone* (*), *Corte Madama* (*) e *Mirabello*.

(87) Fabbri ad *Alfiano con Aspice* (*), anche nella fraz. *Grimone*; a *Carpaneta* (*), *Castelnovo Gherardi*, *Cignone* (*), *Levata* (2, a 30-35 s), *Livrasco*, *Ossalengo*, *Perisco* (*) anche nelle fraz. *Barbisella* e *Bettesco* (*); *Robecco* (*), *San Martino in Beliseto*, *San Vito* (*) e *Scandolara Ripa d'Oglio* (*). Toponimi: *Campo del Ferro*

DISTRETTO II - CREMA

Cantoni I ÷ III - Crema I ⁽⁹⁰⁾, *Crema II* ⁽⁹¹⁾ e *Soncino*.

Nulla.

DISTRETTO III - LODI (SPM 1153)

Cantoni I ÷ VI - Lodi ⁽⁹²⁾, *Paullo* ⁽⁹³⁾, *S. Angelo* ⁽⁹⁴⁾, *Borghetto* ⁽⁹⁵⁾, *Casalpusterlengo* ⁽⁹⁶⁾ e *Codogno* ⁽⁹⁷⁾.

Nulla.

DISTRETTO IV - CASALMAGGIORE (SPM 1153)

Cantoni I e II - Casalmaggiore ⁽⁹⁸⁾ e *Piadena* ⁽⁹⁹⁾.

Nulla.

(continua)

ARMANDO FRUMENTO

(sulla roggia Fratta a Polengo di Casalbuttano) e Ca' del Ferro a Dósimo.

(88) Fabbri a Ca' d'Andrea (2), Cappella de' Picenardi (anche con una roggia Ferrata), Gabbioneta (*) con Binanuova (*), Isoello, Monticelli Ripa d'Oglio, Pieve Terzagni (*), Ronca de' Golferami, S. Lorenzo de' Picenardi, Torre d'Angiolini e Torre de' Malnati [o Malimberti?]. Toponimo: Roggia Ferrera (Torre de' Picenardi).

(89) Fabbri a Bonemerse (anche nella fraz. Caretolo), Brancere, Casanova d'Offredi, Casalorzo Geroldi (anche nella fraz. Boldori), Cella Dati (anche nella fraz. Alfeo), Dosso de' Frati, Gerre de' Caprioli, Gerre del Pesce, Longardore, Pieve d'Olmi (*), Pugnolo (anche fraz. Fontana), S. Fiorano del Palazzo, S. Lorenzo Mondinari, S. Salvatore (2), S.ta Margherita, Sommo con Porto, Sospiro (3), Stagno Lombardo, Stráconcolo (2), Tídolo, Vidiceto e sua fraz. Cingia de' Botti (3).

(90) Fabbri a Capralba, Licengo (2), Quintano e Vajano.

(91) Fabbri a Bolzone, Casaletto Ceredano (*), Castel Nuovo, Credera (*), Izano (3 botteghe), Madignano (*), Montódine (*), Moscazzano (*), Passarera (*), Ripalta Arpina (*) e Guerina (*), Rovereto (*), Rubbiano (*), Salvirola e S. Michele (?).

(92) Fabbri ad Agnadello (*) e a S. Maria di Lodivecchio (2 a soldi 40). Toponimi a Spino d'Adda (Cascina del ferro) e a Lodivecchio (dove, secondo l'OLIVIERI, *Diz. Topon. Lomb.*, si aveva un sito detto Maglio).

(93) Un fabbro a Sórdio.

(94) Fabbri a Bargano (*), Bonora (una bottega con 2), Ca' dell'acqua, Castiraga (*), Cazzimano [ora Borgo S. Giovanni], Fissiraga (*), Guazzina, Marudo (2), Massalengo (3), Mongiardino (*), Trivulzina, Vidardo, Villanova del Sillaro (una bottega con 25 op.).

(95) Fabbri a Borghetto (* a), Graffignana (* a), Motta Vigana (*), Pompola di Ca' de' Bolli (1a), S. Colombano (*) e S. Martino in Strada (*).

(96) Un fabbro a Casalpusterlengo.

(97) Fabbri a Caselle Landi (4), Corno Giovine (*) e Vecchio (*), Guardamiglio (2) e sua fraz. Valloria [« un fabbro ferajo che è anche pizzicagnolo di pochi generi »], Lardera, Mezzana con Noceto (2a), Mirabello (*), Senna (*), Somaglia (*) e S. Fiorano.

(98) Due fabbri a S. Martino del Lago.

(99) Fabbri a Calvatone (*), Pontirolo e Romprezzagno.